



**USAID**  
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS  
UNIDOS DE AMÉRICA

**EXPRO** El Salvador  
Programa de Promoción de Exportaciones  
para las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas

# BUSINESS OPPORTUNITIES IN CENTRAL AMERICAN MARKETS

**NOTA:** San Salvador 7 de Julio de 2005. Este documento es propietario únicamente de quien lo organiza. Este documento es propietario únicamente de quien lo organiza. Este documento es propietario únicamente de quien lo organiza. Este documento es propietario únicamente de quien lo organiza.

## **Export Promotion for Micro, Small and Medium Enterprises El Salvador (USAID/EXPRO)**

Contract No.: PCE-I-00-98-00016-00 T/O 833

Project Period: July 2003 – March 2006

USAID Mission: USAID El Salvador Office of Economic Growth

Project Contractor: Nathan Associates Inc.

**Project Summary:** USAID/EXPRO aims to reactivate the economy of El Salvador by increasing income generated from exports of micro, small, and medium enterprises (MSMEs). Project objectives include (1) strengthening the Ministry of Economy's institutional export and trade policy capacity; (2) improving access to trade and export information; (3) increasing the competitiveness of Salvadoran businesses; (4) expanding business contracts and sales; (5) strengthening the Salvadoran export services sector; and (6) establishing strategic business alliances. Nathan Associates, in collaboration with AG International, DAI, and JE Austin, is providing technical, commercial assistance, and training to support government and private sector export promotion efforts; improving the productive capacities of MSMEs striving to access international markets; and assisting Salvadoran companies in developing and increasing export sales by at least \$20 million at project completion on March 31, 2006. USAID/EXPRO is also providing technical assistance and training to make export promotion initiatives more effective and to improve product development, operational efficiency, business development services, and the production scale of Salvadoran MSMEs so they can enter international markets, enjoy market continuity, maximize profitability, and face less risk of failure.

Date of Publication: June 2005

**INVESTIGACION DE CANALES DE DISTRIBUCION PARA LOS MERCADOS DE  
GUATEMALA, HONDURAS  
NICARAGUA Y COSTA RICA;  
PARA LOS SECTORES DE ALIMENTOS & FERRETERIAS**

## **1. Introducción**

Fecha de realización: Mayo / Junio de 2005

- 1.1. **Objetivo:** El propósito del presente estudio es identificar los principales canales de distribución para los sectores de alimentos y ferretería en Guatemala, Honduras, Nicaragua y Costa Rica. El presente documento pretende apoyar las exportaciones de la pequeña y mediana empresa salvadoreña hacia los países en cuestión aprovechando las ventajas de la Unión Centroamericana.

Los sectores en detalle son:

- I. Distribución de comidas congeladas
- II. Distribución de productos enlatados y otros envasados
- III. Distribución de productos de panadería
- IV. Delicatessen y productos gourmet
- V. Mercado de mayoreo para segmento popular
- VI. Semillas: Frutas secas y nueces
- VII. Productos para ferretería

- 1.2. **Metodología:** Para el presente estudio se utilizó la siguiente dinámica:

Se elaboró un cuestionario con la colaboración del personal ejecutivo de Exporta El Salvador, con el objetivo de indagar información tanto general como de operatividad propia de empresas de los sectores antes mencionados que se visitaron posteriormente en cada uno de los países involucrados en el estudio. El cuestionario se dividió en cuatro partes:

- 1.2.1. Datos generales de la empresa
- 1.2.2. Idiosincrasia comercial del país según el sector de atención
- 1.2.3. Potencial de comercialización para productos salvadoreños
- 1.2.4. Potencial de comercialización de productos Centroamericanos en el mercado salvadoreño

Se planificaron fechas de visitas de campo en cada país

El primer día calendario en cada país se visitaron los ministerios relacionados con los requisitos a cumplir para la importación y comercialización de productos alimenticios; además se visitaron las Cámaras de Comercio (e Industria donde aplica), AMCHAM (Cámara Americana de Comercio de cada país) y alguna otra gremial de interés con el objetivo de obtener información de personas contacto, direcciones y teléfonos de empresas tanto productoras como distribuidoras de alimentos. En cada institución visitada nos entrevistamos con los gerentes de las mismas, con el objetivo que nos recomendaran las empresas líderes y pioneras de los sectores antes mencionados.

Se contactó a cada una de las empresas de interés para realizar el calendario de entrevistas a las mismas. En dichas entrevistas se trató de recoger la opinión de los distribuidores / importadores de productos

alimenticios, puesto que sus impresiones basadas en su amplia experiencia del mercado local, contribuyeron enormemente en la recopilación de información.

### 1.3. Fuentes:

- i. Banco Central de Reserva
- ii. Ministerio de Salud Pública
- iii. Ministerio de Agricultura y Ganadería
- iv. Ministerio de Comercio e Industria
- v. Ministerio de Economía
- vi. Ministerio de Promoción de las Exportaciones
- vii. Cámara de Comercio (e Industria)
- viii. AMCHAM (Cámara Americana de Comercio)
- ix. Asociaciones de la Empresa Privada
- x. Asociaciones de Distribuidores de Productos Alimenticios
- xi. Revistas Especializadas

## 2. Resumen y conclusiones

La globalización, el TLC con Estados Unidos y el pronto ingreso al mercado por parte de China Continental; añadiendo que somos sociedades consumistas y que las importaciones en nuestra región crecen año con año; presentan una serie de retos, amenazas y oportunidades al empresario Salvadoreño, el cual tendrá que analizar las diferentes regiones y países en los cuales nuestros productos tendrían mayores ventajas competitivas.

Los productos Salvadoreños tienen un enorme potencial para su comercialización, debido a sus bajos costos, excelente calidad y aceptación en el mercado Centroamericano; lo que nos da una ventaja sobre productos de fuera de la región. Dado lo mencionado, Centroamérica se vislumbra como un muy buen mercado para El Salvador y nuestros empresarios.

La oportunidad que se nos presenta con la unión Centroamericana, llámese libres fronteras, eliminación de tasas arancelarias para productos fabricados en el área Centroamericana, equivalencias de registros sanitarios para los permisos de libre venta (Costa Rica aún está en proceso de ratificar esta parte del convenio), cercanía de los mercados, similitud en cultura y gustos (gastronómicos), y además que el mercado Centroamericano consolidado lo formamos más de 35 millones de consumidores; vuelve extremadamente atractiva la región para la exportación de productos Salvadoreños.

El objetivo de la comercialización de productos salvadoreños en el mercado Centroamericano tuvo una excelente acogida por parte de las diferentes empresas y personas entrevistadas. Tanto la calidad, el dinamismo y confiabilidad de los productos y empresas Salvadoreñas fueron factores determinantes en el éxito de el estudio realizado.

Dado que el segmento de supermercados es sumamente importante para nuestras potenciales exportaciones, es vital tomar en cuenta a la Corporación CARHCO (La Fragua de Guatemala y Corporación de Supermercados Unidos de Costa Rica) ya que cuenta con más de 400 puntos de venta en los diferentes países Centroamericanos, y es líder en la mayoría de países estudiados.

Una de las ideas que más fue mencionada en los diferentes países, fue la oportunidad del intercambio de productos entre nuestros países. Esto traería muchas ventajas tales como la reducción de costos de flete, unas relaciones comerciales más sólidas y duraderas y aprovechamiento comercial de la Unión Centroamericana.

Para concluir, Centroamérica representa una excelente oportunidad comercial para las micro, pequeñas y medianas empresas para que puedan comenzar a exportar ó para que puedan ampliarse hacia mercados donde los pedidos, capacidades de producción, flujos de efectivo, capital para la compra de materia prima y otros procesos involucrados están al alcance de las PYMES.

### 3. Guatemala

#### 3.1. Guatemala en Cifras

Nombre oficial:	República de Guatemala
Capital:	Guatemala
Superficie:	108.889 Km <sup>2</sup>
Idioma Oficial:	Español
Moneda Nacional:	Quetzal
División política:	22 departamentos: Alta Verapaz, Baja Verapaz, Chimaltenango, Chiquimula, El Progreso, Escuintla, Guatemala, Huehuetenango, Izabal, Jalapa, Jutiapa, Peten, Quetzaltenango, Quiche, Retalhuleu, Sacatepequez, San Marcos, Santa Rosa, Solola, Suchitepéquez, Totonicapán, Zacapa.

#### 3.2. Demografía:

Población:	11.4 millones
Población indígena	48.6%
Tasa anual crecimiento:	2.5%
Expectativa de vida:	64 años
Densidad de población:	110 habitantes/km <sup>2</sup>

### 3.3. Economía:

#### Principales Indicadores Económicos

	1999	2000	2001	2002	2,003
PIB (millones de Q.)	135,287.0	149,743.0	164,736.7	181,866.7	196,396.3
Crecimiento real (%)	3.5	3.3	2.3	2.0	2.1
Tipo de Cambio (Q x 1US\$)	7.75	7.80	7.95	7.80	7.95
Inflación (%)	5.2	5.08	8.91	6.33	5.85
Número de turistas (miles)	820.0	826.2	835.0	837.4	521.6
Población (millones de hab.)	11.2	11.4	11.5	11.4	11.9
Importaciones (millones de \$)	3,119.2	4,892.5	5,167.1	5,571.0	4,100.5
Exportaciones (millones de \$)	1,864.1	2,715.6	2,228.6	2,055.2	1621.4
Salario mínimo mensual en Q	650.4	715.50	830.10	1,026.0	1,026.0
Balanza Comercial Saldo (millones de \$)	(1,255.1)	(2,177.0)	(2,938.5)	(3,515.8)	(2,479.1)
Deuda Externa (millones de \$)	2,386.3	2,487.8	2,420.1	2,943.3	3,466.9
Deuda interna (millones de Q)	7,508.5	8,483.1	10,729.6	8,120.0	11,036.7

#### EXPORTACIONES FOB / Principales Productos / Millones de US dólares

AÑO	TOTAL	CAFÉ	AZÚCAR	BANANO	CARDAMOMO	CENTRO	
						AMÉRICA	OTROS
1997	2,390.6	620.4	258.4	161.6	37.9	683.4	628.9
1998	2,562.7	584.5	310.6	177.9	36.6	748.5	704.6
1999	2,493.6	587.9	188.1	143.1	56.4	789.9	728.2
2000	2,711.2	572.3	179.6	187.8	79.4	815.3	876.8
2001	2,463.6	300.8	259.5	193.0	96.1	1,059.6	554.6
2002	2,473.2	269.0	208.2	233.0	93.1	1,007.5	662.4
2003	2,629.8	292.3	189.2	230.6	78.9	1,089.4	749.4

IMPORTACIONES REALIZADAS (CIF) CLASIFICADAS POR PAIS DE ORIGEN / Miles de Dólares					
PAIS	1999	2000	2001	2002	2003
Alemania	88,841.5	91,327.9	147,835.1	156,849.2	106,120.2
Argentina	17,691.9	21,631.8	50,301.4	43,404.5	8,688.1
Austria	3,034.4	2,276.3	9,803.6	9,938.9	2,610.9
Bélgica	14,804.8	15,944.2	23,543.3	28,849.2	19,943.1
Brasil	41,659.1	48,107.1	78,150.9	112,359.5	37,986.1
Canadá	70,726.3	74,723.7	132,934.1	110,916.2	33,999.2
Chile	15,616.5	16,682.1	39,780.8	65,986.5	12,818.9
Taiwán	49,888.3	35,764.8	54,125.5		46,691.6
Colombia	34,493.0	46,233.2	90,567.1	96,231.1	31,627.9
Corea del Sur	25,783.0	42,797.9	68,921.2	70,420.7	38,424.6
Curazao, Antillas Neerlandesas (Países Bajos)	28,801.0	67,578.9	39,266.6	18,253.0	64,280.8
Dinamarca	4,476.7	5,370.4	7,486.6	12,569.0	5,543.6
España	47,270.4	52,032.8	77,103.2	95,878.2	37,441.1
Estados Unidos	1,256,682.9	1,459,223.8	1,807,487.5	1,992,235.1	1,406,759.9
Ecuador	12,650.0	7,988.4	34,798.8	52,595.7	14,349.0
Francia	16,960.9	22,796.7	33,234.5	39,976.1	22,451.0
Holanda	17,844.8	13,446.3	14,929.0		31,054.7
Hong Kong	14,757.4	7,102.4	23,059.8	24,481.6	16,431.7
Israel	6,563.5	6,523.3	15,257.4	17,296.9	5,625.0
Irlanda	3,061.0	6,165.3	7,530.3	5,085.6	7,335.3
Italia	35,394.4	42,468.8	52,197.9	17,296.9	33,316.3
Japón	137,402.3	118,895.0	262,407.1	307,697.3	143,920.1
Malasia	777.6	3,245.7	8,984.1	14,011.5	958.8
México	322,244.0	405,708.4	551,230.5	542,668.9	361,301.9
Noruega	6,185.9	2,601.1	3,143.1	7,228.3	3,736.9
Polonia	2,769.1	974.4	2,881.4	3,743.8	2,700.6
Panamá	99,248.2	117,050.7	62,295.6	75,222.0	113,314.3
Puerto Rico (Estados Unidos de América)	35,645.4	4,449.1	4,826.7	3,675.5	23,975.1
Reino Unido	26,796.1	29,654.0	36,675.0	48,766.2	39,108.1
Suecia	35,032.1	24,849.3	21,257.6	27,275.4	10,152.4
Sudáfrica	1,002.1	2,094.6	1,384.9	2,471.0	1,371.5
Suiza	15,081.0	15,233.4	48,577.9	45,986.0	16,188.2
Trinidad y Tobago	37,421.0	21,476.6	13,736.9	7,711.7	4,708.1
Venezuela	142,040.3	155,727.8	261,274.4	209,331.8	123,089.2
Otros	103,622.5	134,364.8	369,880.0	561,040.8	123,052.2
<b>CENTRO AMERICA</b>					
Costa Rica	99,845.2	142,266.2	213,627.3	197,883.7	117,338.2
El Salvador	186,282.2	231,753.6	349,550.9	307,924.9	222,676.2
Honduras	55,500.6	63,076.8	119,603.4	78,147.8	70,835.2
Nicaragua	5,320.9	10,439.5	27,453.4	20,232.1	11,070.8
<b>TOTALES</b>					
Resto del mundo	2,777,269.8	3,122,510.9	4,456,869.8	4,966,815.3	2,471,259.4
Centroamérica	346,949.3	447,536.1	710,235.0	604,199.5	421,920.4
<b>TOTAL</b>	<b>3,119,219.1</b>	<b>3,570,047.0</b>	<b>5,167,104.8</b>	<b>5,571,014.8</b>	<b>3,393,179.8</b>

IMPORTACIONES REALIZADAS (CIF)				
CLASIFICADAS POR SECCION SAC / (MILES DE US \$)				
DESCRIPCION SECCIONES SAC	2000	2001	2002	2003
1. Animales vivos y productos del reino animal	74,100.7	111,775.3	103,956.2	72,250.5
2. Productos del reino vegetal.	124,368.9	199,681.8	234,435.6	163,355.7
3. Grasas y aceites animales o vegetales; productos de su desdoblamiento; grasas alimenticias elaboradas; ceras de origen animal o vegetal.	48,429.5	68,903.4	67,582.9	63,415.7
4. Productos de las industrias alimenticias; bebidas líquidos y alcohólicos y vinagre; tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados.	203,688.0	346,201.2	332,428.0	254,862.3
5. Productos minerales, incluye petróleo crudo*	467,698.7	744,262.3	728,672.5	654,558.6
6. Productos de las industrias químicas o de las industrias conexas.	483,492.7	744,525.5	795,309.0	609,992.3
7. Materias plásticas y manufacturas de estas materias; caucho y manufacturas de caucho.	228,770.8	328,287.1	357,736.4	267,960.4
8. Pieles, cueros, peletería y manufacturas de estas materias; Artículos de guarnicionaría o de talabartería; artículos de viaje, bolsos de mano y continentes similares; manufacturas de tripa.	8,542.4	14,163.3	18,582.5	10,138.1
9. Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera; corcho y manufacturas de corcho, manufacturas de espartería o de cestería.	8,417.0	11,966.1	13,348.0	9,978.7
10. Pasta de madera o de otras materias fibrosas celulósicas; desperdicios y desechos de papel o cartón; papel y sus aplicaciones.	199,279.1	276,476.0	299,804.4	205,768.9
11. Materias textiles y sus manufacturas.	98,771.9	154,574.2	189,538.2	106,105.0
12. Calzado, sombreros, paraguas, quitasoles, bastones, látigos y sus partes; plumas preparadas y artículos de plumas; flores artificiales y manufacturas de cabello.	15,345.0	35,731.0	54,440.3	32,849.3
13. Manufacturas de piedra, yeso, cemento, amianto, mica o materias análogas, productos cerámicos; vidrio y manufacturas de vidrio.	47,302.3	81,375.1	81,577.1	56,464.9
14. Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas y semipreciosas o similares; metales preciosos, chapados de metales preciosos y manufacturas de estas materias, bisutería; monedas.	3,069.3	13,432.0	11,337.3	3,858.3
15. Metales comunes y manufacturas de estos metales.	278,416.4	383,336.9	383,288.3	300,360.6
16. Máquinas y aparatos, material eléctrico y sus partes; aparatos de grabación o reproducción de imágenes y sonido en televisión y accesorios.	814,647.5	926,276.2	1,115,810.1	704,735.5
17. Material de transporte.	358,493.7	534,767.8	585,092.2	458,639.0
18. Instrumentos y aparatos de óptica, fotografía o cinematografía, medida, control de precisión; instrumentos medico quirúrgicos; relojería; instrumentos de música parte y accesorios de éstos instrumentos o aparatos.	53,775.4	85,121.8	86,899.6	58,122.7
19. Armas y municiones y sus partes y accesorios.	1,929.5	5,093.7	5,045.7	4,388.6
20. Mercancías y productos diversos.	51,375.5	100,830.8	105,697.9	62,469.2
21. Objetos de arte, de colección de antigüedad.	133.3	323.3	432.6	264.5

### 3.4. Perfiles Empresariales

#### **Distribuidora Alcazarén, S.A.**

<b>SECTOR:</b>	Venta, comercialización y distribución de Alimentos y productos de Canasta Básica
<b>DIRECCIÓN:</b>	5ta. Ave. 13-43, Zona 9 Apartado Postal 3623 Ciudad de Guatemala 01901
<b>TELEFONOS:</b>	(502) 2429-5959
<b>FAX:</b>	(502) 2334-3973
<b>WEB:</b>	<a href="http://WWW.ALCAZAREN.COM.GT">WWW.ALCAZAREN.COM.GT</a>
<b>PERSONA ENTREVISTADA:</b>	Lic. Carlos E. González
<b>CARGO:</b>	Gerente de off Premise
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:carlos.gonzalez@alcazaren.com.gt">carlos.gonzalez@alcazaren.com.gt</a>

Distribuidora Alcazarén es uno de los principales importador/distribuidor de bebidas alcohólicas, cervezas, vinos, agua de nacimiento embotellada y mercadería afín de todas partes del mundo.

Dicha empresa fue fundada en 1965, actualmente el Gerente General es el Lic. Mariano Vadillo ([mariano.vadillo@alcazaren.com.gt](mailto:mariano.vadillo@alcazaren.com.gt)), quien tiene a su cargo a 130 empleados.

Su infraestructura consta de 800 mts. cuadrados de bodega para almacenar producto seco y un cuarto refrigerado de 16 mts. cuadrados para chocolate. Cuenta con una flotilla de vehículos propios de 6 camiones con furgón cerrado y 6 paneles, además de subcontrata 2 vehículos para distribución en el interior del país. Su cobertura de distribución abarca todo el país.

El departamento de ventas y distribución es manejado por el Lic. Carlos E. González, quien maneja como fuerza de ventas a 60 empleados.

Status Comercial: Importador / Distribuidor mayorista

Importa, comercializa y distribuye tanto producto seco como refrigerado, participando en un porcentaje mayor las bebidas alcohólicas, posee 406 ítems en su cartera de venta. Entre sus principales marcas podemos mencionar: Tequila José Cuervo, Cerveza Heineken, Whiskey J&B, vodka rusos, aguas EVIAN, Red Bull, Chocolates Turín, aceitunas y mermeladas españolas.

Comercializa en los segmentos de venta siguientes:

- Supermercados
- Hoteles y restaurantes
- Tiendas de conveniencia
- Mayoristas
- Sala de Venta propia donde ofrecen sus productos en las oficinas centrales.

Entre los países que importan podemos mencionar:

- Austria
- Canadá
- Estados Unidos
- México
- Argentina
- Chile
- Jamaica
- Australia
- Europa en General

Importa un promedio de 15 furgones mensuales, sus proveedores le proveen entre 30-60 días de crédito, aunque en algunos casos las primeras compras son con pago anticipado. El promedio de su cartera de crédito ronda alrededor de los 60 días. Maneja tanto transferencias bancarias como cartas de crédito como garantías crediticias para su proveedor. Por ser una empresa distribuidora de bebidas alcohólicas a dichos productos además del 12% del IVA, se le agrega un impuesto de distribución que ronda entre el 6-10% dependiendo del grado alcohólico.

Su margen de distribución rondaría alrededor del 25% según producto, entre los márgenes que le aplican sus canales de venta finales podemos mencionar (sobre venta) en supermercados entre un 10-25% de sobre venta, tiendas de conveniencia entre un 40-50%, mayoristas entre un 15-20%, discotecas bares y otros hasta un 300%.

Apoya los productos que comercializa en:

- Prensa
- Ofertas/Promociones
- Degustaciones
- Artículos promocionales
- Telemarketing
- Pagina WEB
- Correo directo

Entre sus principales clientes podemos mencionar:

- Principales cadenas de supermercados: La Fragua, Pricesmart, Maxi-Bodegas, Despensas familiares, Mini mercados, Econosuper, La Torre.
- Restaurantes Clase A y B.
- Principales cadenas de hoteles internacionales
- Discotecas
- Bares
- Clubes

Se encuentra interesado en ofrecer a sus clientes nuevos productos de calidad, mostrado gran interés por conocer y comercializar productos salvadoreños.

Actualmente esta en busca de productos para el segmento popular, dado que para su percepción es el que mayor creciendo está experimentando. Principalmente buscan bebidas alcohólicas que no necesiten mezcla.

## Ultra Congelados, S.A.

<b>SECTOR:</b>	Producción, comercialización y distribución de alimentos congelados
<b>DIRECCIÓN:</b>	20 Calle 22-84, Zona 10, Ciudad Guatemala
<b>TELEFONOS:</b>	(502) 2366-5840
<b>FAX:</b>	N/A
<b>WEB:</b>	N/A
<b>PERSONA ENTREVISTADA:</b>	Lic. Estuardo Rodríguez
<b>CARGO:</b>	Gerente General
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:ultracongelados@intelnett.com">ultracongelados@intelnett.com</a>

La empresa Ultra Congelados es uno de los principales distribuidores de productos congelados en el mercado guatemalteco.

Dicha empresa fue fundada en 1992, actualmente el Gerente General es el Lic. Estuardo Rodríguez Aranaga ([eral@intelnett.com](mailto:eral@intelnett.com)), quien tiene a su cargo a 10 empleados.

Su infraestructura consta de 50 mts. Cuadrados de bodega para almacenar producto seco y un cuarto frío congelado de 45 mts. Cuadrados. Cuenta con una flotilla de 3 camiones con termo king a -5 grados centígrados.

El departamento de ventas y distribución es manejado por el Sr. Vinicio Negrero, quien maneja 2 vendedores y 4 merchandizing. Su cobertura de distribución actualmente abarca los principales supermercados y restaurantes de la capital, Antigua, Quetzaltenango y Coatepeque.

Status Comercial: Productor / Distribuidor mayorista

Produce comercializa y distribuye productos congelados como croquetas de pollo, jamón y queso y pescado.

Comercializa en los segmentos de venta siguientes:

- Supermercados
- Hoteles y restaurantes
- Tiendas de conveniencia
- Restaurante Propio (Restaurante Altuna)

Sus proveedores le ofrecen 30 días de crédito. El promedio de su cartera de crédito ronda alrededor de los 30 días. Se encuentra en la posibilidad de manejar tanto transferencias bancarias como cartas de crédito como garantías crediticias para su proveedor. El impuesto que le agrega a sus productos es el 12% del IVA.

Su margen de distribución rondaría alrededor del 20% según producto, entre los márgenes que le aplican sus canales de venta finales podemos mencionar (sobre venta) en supermercados entre un 30-35% de sobre venta, tiendas de conveniencia entre un 25-30%, tiendas del 20-25% y mini mercados del 20-25%.

Apoya los productos que comercializa en:

- Prensa
- Ofertas/Promociones
- Degustaciones
- Artículos promocionales
- E-commerce

Entre sus principales clientes podemos mencionar:

- Principales cadenas de supermercados: La FRAGUA, Pricemart, La Torre.
- Restaurantes Clase A y B.
- Principales cadenas de hoteles internacionales
- Mini mercados

Se encuentra interesado en nuevos productos congelados aprovechando sus clientes y flotilla vehicular.

## Importadora de Productos Saludables, S.A. (IPROSA)

<b>SECTOR:</b>	Distribuidor de Productos Saludables Alimenticios
<b>DIRECCIÓN:</b>	10 Avenida 4-34, Zona 4, Ciudad Guatemala
<b>TELEFONOS:</b>	(502) 2331-8136 / 2332-7721 / 2334-1563
<b>FAX:</b>	(502) 2362-1027
<b>WEB:</b>	N/A
<b>PERSONA ENTREVISTADA:</b>	Lic. Rolando García
<b>CARGO:</b>	Gerente General
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:iprosa@intelnett.com">iprosa@intelnett.com</a>

La empresa IPROSA se especializa en la comercialización de productos saludables y que formen parte de la dieta básica guatemalteca.

Dicha empresa fue fundada en 2002, actualmente el Gerente General es el Lic. Rolando García, quien tiene a su cargo a 25 empleados.

Su infraestructura consta de 50 metros cuadrados de bodega para almacenar producto seco. Cuenta con 1 vehículo y subcontrata vehículos repartidores para atender mayoristas y el interior del país.

El departamento de ventas y distribución es manejado por el Sra. Annybeth Guillen de García, quien maneja como fuerza de venta a 15 colaboradores. Su cobertura de distribución se basa en la capital y mayoristas del interior del país.

Status Comercial: Distribuidor mayorista

Comercializa y distribuye productos a base de soya como bebidas deshidratadas, leche sin lactosa, leche natural, salchichas, carne, mortadelas, todo a base de soya.

Comercializa en los segmentos de venta siguientes:

- Supermercados
- Hoteles y restaurantes
- Mayoristas
- Tiendas populares
- Hospitales

Sus proveedores le ofrecen 60 días de crédito. El promedio de su cartera de crédito ronda alrededor de los 30 - 45 días a supermercados. Se encuentra en la posibilidad de manejar cartas de crédito como garantías crediticias para su proveedor. El impuesto que le agrega a sus productos es el 12% del IVA.

Su margen de distribución rondaría alrededor del 25%, entre los márgenes que le aplican sus canales de venta finales podemos mencionar (sobre venta) en supermercados entre un 20-25 % de sobre venta, mayoristas 12-15 %.

Apoya los productos que comercializa en:

- Radio
- Ofertas/Promociones
- Degustaciones
- Artículos promocionales
- Hojas volantes y afiches.

Entre sus principales clientes podemos mencionar:

- Principales cadenas de supermercados: La FRAGUA, Pricesmart, La Torre.
- Liga contra el cáncer.
- Hospital San Juan de Dios.
- Abarrotería Albamar (distribuidor mayorista )

En el pasado comercializó productos salvadoreños los cuales los cataloga como de muy buena calidad y representó hasta el 10 % en su participación en las ventas.

Se encuentra interesado en nuevos productos saludables así como bebidas deshidratadas aprovechando sus clientes y flotilla vehicular.

Como requisito de calidad que garantice los diferentes procesos de producción y empaque, explica que como mínimo debería tener BPM y mientras más procesos que lo garanticen es mayor respaldo para los productos en el mercado y a ojo del consumidor.

## **La Fragua S.A.**

**SECTOR:** Supermercados

**DIRECCIÓN:** 48. Ave. 5-80, Zona 7 Col. Nueva Montserrat  
Guatemala, 01007, C.A.

**TELEFONOS:** (502) 2285-9500

**FAX:** (502) 2285-9501

**WEB:** [www.paizenlinea.com](http://www.paizenlinea.com)

**PERSONA ENTREVISTADA:** Lic. Francisco España

**CARGO:** Gerente de Compras de Alimentos Refrigerados y Congelados

**EMAIL:** [francisco.espana@lafragua.com](mailto:francisco.espana@lafragua.com)

La Fragua S.A. es un grupo empresarial que forma parte de la Corporación CARHCO, formada por Grupo Paiz de Guatemala con CSU (Corporación de supermercados Unidos) de Costa Rica, los cuales son los propietarios de la mayoría de supermercados de Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua y Costa Rica.

Poseen puntos de venta para todos los segmentos del mercado llámense Hiper Supermercados, Súper Tiendas, Tiendas populares y Despensas familiares, llegando a todos los estratos sociales. Cuenta con los siguientes puntos de venta en Centro América: 101 en Guatemala (50 en la capital y 51 en el interior del país), 57 en El Salvador y 26 en Honduras.

Dicha empresa fue fundada en 1928, siendo su presidente ejecutivo don José Carlos Paiz, su corporación provee fuentes de trabajo directo a 12,000 colaboradores directos.

Su infraestructura consta de 22,000 mts. Cuadrados de bodega para almacenar producto seco y un cuarto refrigerado-congelado de 700 mts. Cuadrados para la diversidad de productos que comercializan, además todas las sucursales poseen 150 mts. Cuadrados de bodega.

Cuenta con 3 vehículos propios y subcontrata 130 vehículos para distribución a todos sus almacenes en el interior del país. Su cobertura de distribución abarca todo el país.

El departamento de ventas y distribución es manejado por el Lic. Carlos E. González, quien maneja como fuerza de ventas a 60 empleados.

Status Comercial: Productor/Importador / Detallista (supermercados).

Produce, importa, comercializa y distribuye tanto producto seco como refrigerado, poseen 55,000 ítems en su cartera de venta entre comida, mercadería en general y perecederos.

Comercializa en los segmentos de venta siguientes:

- Supermercados
- Tiendas de conveniencia

Entre los países que importan podemos mencionar:

- El Salvador
- China
- Estados Unidos
- México

Importa sus productos cada 15 días en furgones o camiones, del El Salvador importa Yogurt Yes cada 8 días y Productos San Julián cada 15 días. Sus proveedores le proveen entre 30-45 días de crédito, aunque en algunos casos realiza compras al contado. El promedio de su cartera de crédito ronda alrededor de los 60 días. Maneja sus importaciones FOB Miami y CIF para Centro América. Ofrece a sus clientes por importarlo directamente una garantía crediticia de 30-60 días. Los productos centroamericanos tienen un 12% del IVA y productos importados de fuera de la región el 15%.

Su margen de distribución rondaría alrededor del 27% según producto, entre los márgenes que le aplican sus canales de venta finales podemos mencionar (sobre venta) en producto seco 22%, producto congelado 30% y ferretería 35-40%. Requiriéndose para su distribución comercial el registro sanitario y viñeta en español para cada producto.

Apoya los productos que comercializa en:

- Radio
- Prensa
- Ofertas/Promociones
- Degustaciones
- Artículos promocionales
- Vallas
- Folletos Semanales de ofertas
- Correo directo

Los productos que tienen mayor participación en sus ventas es la comida, mercadería en general y perecederos, siendo los que tienen mayor rotación en sus ventas son los productos congelados y refrigerados como quesos, yogurt, lecha y subproductos, bebidas y jugos. Observa mayor crecimiento de compras para el segmento medio, también se ha mostrado un mayor crecimiento en la leche Tetrapack y Leche de Soya, y UHT, mostrándose un decrecimiento en la leche fresca y se ha mostrado mayor interés y aceptación al área Gourmet de sus tiendas.

Actualmente la participación de producto salvadoreño en sus tiendas es de un 27% en la categoría de productos refrigerados. Actualmente esta en busca de productos para el segmento medio dado que para su percepción es el que mayormente esta creciendo.

Se encuentra interesado en ofrecer a sus clientes nuevos productos de calidad, mostrado gran interés por conocer y comercializar productos salvadoreños sean estos perecederos, no perecederos, congelados, secos y refrigerados. Muestra un interés especial por la Lecha UHT de la Empresa La Salud y sorbetes. Recomendando una buena presentación y empaque.

## **El Tamal S.A.**

<b>SECTOR:</b>	Productor, venta, comercialización y distribución de Alimentos congelados
<b>DIRECCIÓN:</b>	10 a. Ave. 25-63, Zona 13, Bodega 11, Ciudad de Guatemala
<b>TELEFONOS:</b>	(502) 2333-3390 / 2333-2578 / 79
<b>FAX:</b>	(502) 2333-2604
<b>WEB:</b>	N/A
<b>PERSONA ENTREVISTADA:</b>	Lic. Mario Galicia
<b>CARGO:</b>	Gerente de Comercialización
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:eltamal@terra.com.gt">eltamal@terra.com.gt</a>

El Tamal fue fundado en 1975. Es una empresa que actualmente produce y comercializa dos productos congelados y distribuye vinos.

Dicha empresa es dirigida por el, Lic. Julio Valladares, Gerente General, quien tiene a cargo a 70 colaboradores.

Su infraestructura consta de 5 cuartos congelados de aproximadamente 200 mts. Cuadrados cada uno. Cuenta con una flotilla de vehículos propios de 10 vehículos propios y su fuerza de venta consta de 5 colaboradores dirigidos por el Lic. Mario Galicia. Su cobertura de distribución abarca la Capital.

Status Comercial: Productos / Distribuidor mayorista

Produce, comercializa y distribuye tanto sus productos perecederos congelados y vinos, posee 2 productos congelados en su cartera de venta, tacos y burritos, marcas El Tamal y Capri.

Comercializa en los segmentos de venta siguientes:

- Supermercados
- Tiendas de conveniencia

Importa un promedio de 1 furgón quincenal de vinos, sus proveedores le proveen entre 30 días de crédito, El promedio de su cartera de crédito ronda alrededor de los 45 días. Maneja cartas de crédito como garantías crediticias para su proveedor y los productos que actualmente comercializa les agrega el 12% del IVA.

Su margen de distribución rondaría alrededor del 30% según producto, entre los márgenes que le aplican sus canales de venta finales podemos mencionar (sobre venta) en supermercados entre un 48% de sobre venta, Despensa familiar 30%, tiendas de conveniencia 45-50%, y tiendas 10%. Para los vinos a mayoristas el 15%.

Apoya los productos que comercializa en:

- Degustaciones
- Artículos promocionales
- Telemarketing

Entre sus principales clientes podemos mencionar:

- Principales cadenas de supermercados: La FRAGUA, La Torre
- Tiendas de Conveniencia: Texaco y ESSO.

La participación de sus productos el taco tiene un 70% y los burritos 30%, ofreciendo una mayor rotación los tacos y burritos de pollo. Observa mayor crecimiento en segmento popular y ha notado un decrecimiento los embutidos y mayor interés y aceptación al área Gourmet.

Se encuentra interesado en ofrecer a sus clientes nuevos productos de calidad, mostrado gran interés por conocer y comercializar productos salvadoreño sean estos de línea de congelados y bebidas deshidratadas en Guatemala, como también se encuentra interesado en introducir distribuir sus productos en la región centroamericana, principalmente en supermercados.

## Centro Distribuidor S.A.

<b>SECTOR:</b>	Importador / Distribuidor Mayorista-Minorista
<b>DIRECCIÓN:</b>	Vía 1 2-53, Zona 4, Ciudad de Guatemala.
<b>TELEFONOS:</b>	(502) 2379-5300
<b>FAX:</b>	(502) 2379-5389
<b>WEB:</b>	<a href="http://www.centrodistribuidor.com">www.centrodistribuidor.com</a>
<b>PERSONA ENTREVISTADA:</b>	Lic. Francisco Lara
<b>CARGO:</b>	Gerente de Ruteo
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:francisco@centrodistribuidor.com">francisco@centrodistribuidor.com</a>

La empresa Centro Distribuidor es uno de los principales importador/distribuidor de diversos productos para familia, productos de consumo, y perfumería.

Dicha empresa fue fundada en 1970. El Gerente General es el Lic. Rodolfo Heinemann, quien dirige a 250 colaboradores.

Su infraestructura consta de 4,000 mts. Cuadrados de bodega para almacenar producto seco y un cuarto refrigerado de 15 mts. Cuadrados para almacenar vacunas. Cuenta con una flotilla de 6 vehículos repartidores, además de subcontratar 4 vehículos para distribución de sus productos en el interior del país. Su cobertura de distribución abarca todo el país.

El departamento de ventas y distribución es manejado por el Lic. Francisco Lara, quien maneja como fuerza de ventas a 70 colaboradores.

Importa, comercializa y distribuye tanto producto seco como refrigerado, tiene 1,500 ítems en su cartera de venta entre los cuales 6 son productos propios. Entre sus principales marcas podemos mencionar: Johnson, Equal, **Etrna**, Cremora, Alen, Smokers, Crisco, Vitamina Merck, Centrum.

Comercializa en los segmentos de venta siguientes:

- Supermercados
- Hoteles y restaurantes
- Tiendas de conveniencia
- Mayoristas
- Ferreterías
- Hospitales públicos y privados
- Farmacias
- Otros almacenes

Entre los países que importan podemos mencionar:

- Estados Unidos
- Europa
- España
- Panamá
- Colombia

Sus importaciones las realiza mensuales y hace pedidos por cajas, sus proveedores le proveen hasta 120 días de crédito. El promedio de su cartera de crédito ronda alrededor de los 30-60 días. Maneja sus importaciones FOB Miami y CIF para Centro América y los productos que actualmente comercializa llevan el 12% del IVA.

Su margen de distribución rondaría alrededor del 25% según producto, entre los márgenes que le aplican sus canales de venta finales podemos mencionar (sobre venta) en almacenes 30-35%, farmacias un 25%, consumo un 30%, autoservicios un 30%, supermercados entre un 20-25%, ferreterías entre un 30-40%, tiendas de conveniencia 30%, tiendas 20% y mayoristas 15-20%.

Apoya los productos que comercializa a través de su departamento de mercado en:

- Prensa
- Radio
- TV
- Ofertas/Promociones
- Degustaciones
- Artículos promocionales
- Telemarketing
- Pagina WEB
- Vallas Publicitarias

Entre sus principales clientes podemos mencionar:

- Principales cadenas de supermercados: La FRAGUA, Pricesmart, Despensas del Hogar
- Distribuidora San Pablo,
- Farmacias: Meyko's, Zuiva
- Perfumería: Sears, Simán, 6 puntos de venta propios

El Centro Distribuidor ha tenido muestra haber tenido muy buena experiencia con productos salvadoreños anteriormente, hace mención de haber trabajado con Crío Inversiones, Kismet y Simán, como también con Kimberly Clark y Eterna de Nicaragua.

Se encuentra interesado en ofrecer a sus clientes nuevos productos de calidad, mostrando gran interés por conocer y comercializar productos salvadoreños.

Actualmente esta en busca de productos para el segmento popular dado que para su percepción es el que mayormente esta creciendo, mostró interés por productos no perecederos y en especial gelatina para cabello.

## Grupo Buena

<b>SECTOR:</b>	Productor, Importador/Exportador, Distribuidor Mayorista – Minorista.
<b>DIRECCIÓN:</b>	19. Ave. 16-30, Zona 10 Ciudad de Guatemala
<b>TELEFONOS:</b>	(502) 2385-5000
<b>FAX:</b>	(502) 2337-0214
<b>WEB:</b>	<a href="http://www.grupobuena.com">www.grupobuena.com</a>
<b>PERSONA ENTREVISTADA:</b>	Lic. Max Perdomo y Lic. Jesse Frank
<b>CARGO:</b>	Director de Exportaciones y Gerente de Logística
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:max@grupobuena.com">max@grupobuena.com</a> y <a href="mailto:jfrank@grupobuena.com">jfrank@grupobuena.com</a>

Grupo Buena es uno de los principales importador/distribuidor de productos refrigerados y congelados, siendo proveedor de empresas que se dedican a industrializar alimentos como son embutidoras, cadenas de food service , principales cadenas de restaurantes y hoteles internacionales.

Dicha empresa fue fundada en 1992, actualmente el Presidente es el Lic. Jorge Raúl García Granados, quien tiene a su cargo a 400 colaboradores.

Su infraestructura consta de 5,000 mts. Cuadrados de bodega para almacenar producto seco y 5,000 mts. Cuadrados de cuarto refrigerado el cual es un 90% para congelado y 10% refrigerado. Cuenta con una flotilla de vehículos propios de 4 camiones con thermo king y 14 vehículos repartidores.

El Director de Exportaciones es el Lic. Max Perdomo y el Gerente de Logística es el Lic. Jesse Frank , quienes manejan como fuerza de ventas a 70 colaboradores.

Importa, comercializa y distribuye tanto producto seco como refrigerado, participando en un porcentaje mayor las bebidas alcohólicas, posee 300 ítems en su cartera de venta. Entre sus principales marcas podemos mencionar: Tyson, Hormel, Simplot, Hudson, Sysco, LBP (Carne de res y pollo).

Comercializa en los segmentos de venta siguientes:

- Supermercados
- Hoteles y restaurantes
- Tiendas de conveniencia
- Tiendas
- Farmacias

Entre los países que importan podemos mencionar:

- Estados Unidos
- México
- Argentina
- Singapur
- Costa Rica
- Panamá

Sus importaciones las realiza dependiendo de los productos comprados, sus proveedores le proveen crédito hasta 60 días, aunque en algunos casos las primeras compras son con pago anticipado. El promedio de su cartera de crédito ronda alrededor de los 30-60 días. Maneja sus importaciones FOB Miami y CIF para Centro América y los productos que actualmente comercializa llevan el 12% del IVA.

Su margen de distribución rondaría alrededor del 20% según producto, entre los márgenes que le aplican sus canales de venta finales podemos mencionar (sobre venta) en supermercado 25%, Hoteles y Restaurantes 30%, Food Service 25%; Tiendas de conveniencia 20%, tiendas 20% y mayoristas 5-10%.

Apoya los productos que comercializa en:

- Prensa
- Ofertas/Promociones
- Degustaciones
- Impulso
- Telemarketing

Entre sus principales clientes podemos mencionar:

- Principales cadenas de supermercados: La FRAGUA
- Burger King
- Alimentos Santa Lucía
- Que Deli (Biggest Nacional)
- Los Gauchitos

Los productos que tienen mayor participación en sus ventas y rotación son las carnes de pollo, cerdo y res. Observa mayor crecimiento en el segmento popular, medio y medio alto, notando un decrecimiento en el mercado institucional. Entre los productos que el ofrece los que marcan un aumento en el consumo de carnes de pollo y productos de pavo (Producción Premium). Además ve mucha aceptación como producto innovador las sopas en vasos de diferentes sabores.

Actualmente el empaque que utilizan en sus productos es de producción salvadoreña y ha utilizado de Costa Rica el Baltimore spice como materia prima para condimentos.

Se encuentra interesado en ofrecer a sus clientes nuevos productos de calidad, mostrando gran interés por conocer y comercializar productos salvadoreños, sean estos perecederos, no perecederos, congelados, secos ó refrigerados. Muestra un interés especial por los néctares para segmento popular, nuggets, canes de pollo, res, cerdo, delicatessen y productos deshidratados. Recomendando una buena presentación y empaque.

## Central de Alimentos S.A.

<b>SECTOR:</b>	Importador/Exportador, Distribuidor Mayorista – Minorista
<b>DIRECCIÓN:</b>	19. Calle 29-90, Zona 12, Ciudad de Guatemala
<b>TELEFONOS:</b>	(502) 2472-7600
<b>PBX VENTAS:</b>	(502) 2473-0222
<b>FAX:</b>	(502) 2473-0333
<b>FAX VENTAS:</b>	(502) 2473-2000 Ext. 178
<b>WEB:</b>	N/A
<b>PERSONA ENTREVISTADA:</b>	Ing. Jorge Luis Arzú
<b>CARGO:</b>	Gerente General
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:jorgeluisarzu@icasa.com.gt">jorgeluisarzu@icasa.com.gt</a>

Central de Alimentos S.A. es uno de los principales importadores & distribuidores de productos de consumo familiar no perecederos, es parte del grupo empresarial de Cervecería Centroamericana.

Dicha empresa fue fundada en 1994, actualmente su gerente general es el Lic. Jorge Luis Arzú, quien tiene a su cargo a 700 colaboradores.

Su infraestructura consta de 12,000 mts. Cuadrados de bodega para almacenar producto seco y entre sus empresas productoras hermanas están Boquitas Señorial, Avena Quaker y Productos Gran Día que es conocida comercialmente como ALIMENTOS S.A y DISTRIBUIDORA MARAVILLA que es la encargada de comercializar productos como Jugos del Frutal, Tampico, Frijoles Del Monte entre otras líneas. Cuenta con una flotilla de vehículos propios de 200 camiones para poder atender el 100 % del territorio guatemalteco en sus diferentes canales de comercialización.

El Gerente de comercialización es el Lic. Alfredo Givaral, quien maneja una fuerza de ventas a nivel nacional de 70 colaboradores entre display, vendedores, merchandising.

Importa, comercializa y distribuye productos secos, posee 300 ítems en su cartera de venta. Entre sus principales marcas podemos mencionar: Avena Quaker, Boquitas Señorial, Incaparina. Productos KRAFT, Leche Australian, Chocolates Ricolett, Jugos Del Frutal, Productos DEL MONTE, Tampico, entre otros.

Comercializa en los segmentos de venta siguientes:

- Supermercados
- Hoteles y restaurantes
- Tiendas de conveniencia
- Mayoristas
- Tiendas
- Farmacias
- Ruteo a nivel nacional

Entre los países que importan podemos mencionar:

- Estados Unidos
- Turquía
- Venezuela
- Nicaragua
- Costa Rica
- Brasil
- Panamá

Sus importaciones las realiza dependiendo de los productos a comercializar y están enfocados a productos de la canasta básica y de alta rotación, dependiendo del origen de la importación manejan un inventario de 2-4 semanas de stock en bodegas. Sus proveedores le proveen crédito hasta 30 días. El promedio de su cartera de crédito ronda alrededor de los 15-30 días. Prefiere negociar CIF GUATEMALA y los productos que actualmente comercializa hay que agregarles un 12% del IVA.

Su política de márgenes de distribución depende al segmento a distribuir:

- Para productos al detalle su margen es del 25 %
- Para mayoreo es del 20 %
- Supermercados es del 20 % (sobre ventas)

Los márgenes que le aplican sus canales de venta finales son los siguientes: Supermercado 25%, Tiendas de conveniencia 35-40 %, tiendas 20% y mayoristas 8-10%.

Apoya los productos que comercializa en:

- Prensa
- Radio
- Televisión
- Ofertas/Promociones
- Degustaciones
- Impulso
- Vallas publicitarias y afiches

Entre sus principales clientes podemos mencionar:

- Principales cadenas de supermercados: La FRAGUA , Pricesmart , La Torre
- Tiendas de conveniencia de : Texaco , ESSO ; Super 24
- Mayoristas :Alfonso Lobo , Giovanni Herrera , Alfonso Macario

Los productos que tienen mayor participación en sus ventas podemos mencionar: Boquitas Señorial, Incaparina , Avena Quaker , y la línea de productos Kraft. Los productos de mayor rotación son: Tortillitas, Incaparina en presentación de 1 lb. Equal, Harina de Quaker en presentación de 400 grs. Observa que los productos como Cereales, atoles, boquitas tanto dulces como saladas están siendo mayormente demandadas, con respecto a los productos innovadores con buena aceptación en su mercado están las comidas instantáneas y de fácil preparación.

Percibe la calidad de los productos salvadoreños como de muy buena calidad y le interesarían productos no perecederos (secos) para ampliar su oferta a sus clientes.

Entre las empresas de Centroamérica con las cuales mantiene relaciones comerciales podemos mencionar:

- Empresa KRAFT DE Costa Rica
- Empresa NABISCO de Nicaragua
- Empresa SARDIMAR de Costa Rica
- empresa DULCES Y GALLETAS DE Costa Rica

## Distribuidora GARESA

<b>SECTOR:</b>	Productor / Exportador, Distribuidor Mayorista
<b>DIRECCIÓN:</b>	4ª Avenida 3-23 Zona 10, Ciudad de Guatemala
<b>TELEFONOS:</b>	(502) 2332-4382 / 2332-2195
<b>FAX:</b>	(502) 2361-7368
<b>WEB:</b>	N/A
<b>PERSONA ENTREVISTADA:</b>	Pedro España Polanco
<b>CARGO:</b>	Presidente
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:grupogyk@inteln.net.gt">grupogyk@inteln.net.gt</a>

Distribuciones GARESA es el fabricante de la conocida marca de encurtidos MIGUELI 'S.

Empresa fundada en 1978. Empresa de tipo familiar los cuales empresa que tiene además de su centro de distribución poseen una propiedad que les provee una gran cantidad de su materia prima para las conservas como el palmito, los elotitos, pepinillos, higos, nances y otros.

Se han dividido responsabilidades a nivel familiar, unos se encargan de la finca de producción y planta de conservas y los otros se dedican a la comercialización y distribución en la capital guatemalteca y los países centroamericanos. En la actualidad su presidente y gerente general es el Sr. Pedro España Polanco, Su infraestructura consta de 2,000 mts. Cuadrados de bodega para almacenar producto seco especialmente enlatados y botes de vidrio, son 200 colaboradores los que laboran en las diferentes áreas de la empresa, cuenta con una flotilla de vehículos propios de 2 camiones y subarrenda 3 camiones adicionales especialmente para atender supermercados y atender así su numerosa clientela.

El Gerente de comercialización es el Lic. Sergio Santizo, quien maneja una fuerza de ventas de 9 empleados en la labor de venta, comercialización, exhibición y degustación en los diferentes puntos de venta que atienden actualmente.

Importa productos afines a sus encurtidos como son aceitunas y espárragos desde España, comercializa y distribuye productos secos, posee 509 ítems en su cartera de venta. Entre sus principales marcas podemos mencionar: Enlatados Migueli's, Frutalia, Flor de la Loma y Linda.

Comercializa en los segmentos de venta siguientes:

- Supermercados
- Hoteles y restaurantes
- Tiendas de conveniencia
- Mayoristas
- Abarroterías
- Panaderías

Entre los países que importan podemos mencionar:

- Estados Unidos
- Chile
- España

Sus importaciones las realiza cada 45 días ya que tiene la ventaja que la vida útil de los productos que comercializan tienen mínimo 9 meses de vida útil, por el tiempo que tiene de comercializar con sus proveedores le otorgan crédito de 60 -80 días de crédito aunque está consiente que los primeros pedidos potencialmente se tendrían que hacer a un plazo menor. El promedio de su cartera de crédito ronda alrededor de los 30 días. Prefiere negociar CIF GUATEMALA y los productos que actualmente comercializa hay que agregarles un 12% del IVA.

Los márgenes de distribución que maneja actualmente son entre 25-30 %.

Los márgenes que le aplican sus canales de venta finales son los siguientes: Supermercados 25-35 %, Tiendas de conveniencia 40-50 %, tiendas 5-15% y mayoristas 8-10%.

Apoya los productos que comercializa en:

- Ofertas/Promociones
- Degustaciones
- Impulso

Entre sus principales clientes podemos mencionar:

- Principales cadenas de supermercados: La FRAGUA, Pricesmart , La Torre
- Tiendas de conveniencia de: Texaco, ESSO, Súper 24

Los productos que tienen tanto mayor participación en sus ventas como mayor rotación son: melocotones en almíbar, maíz dulce, aceite de oliva, cerezas en preparación.

El segmento de mercado que actualmente nota que tiene mayor desarrollo es el medio y popular. Ha notado con agrado que el producto que tiene poco a poco mayor demanda es el aceite de oliva ya que para sus clientes la salud es muy importante y el producto más innovador a su parecer es la nueva presentación de vaciado fácil de la mayonesa Hellman's.

No tiene relaciones comerciales con empresas centroamericanas ya que sus proveedores son de Sur América, EE.UU. Y España.

Percibe la calidad de los productos salvadoreños como de muy buena, y le interesarían productos no perecederos (secos) y / ó enlatados para ampliar su oferta a sus clientes

## Compañía Distribuidora, S.A.

<b>SECTOR:</b>	Importador, Distribuidor Mayorista y Minorista
<b>DIRECCIÓN:</b>	1. Ave. 2-51, Zona 1, Boca del Monte, Ciudad de Guatemala
<b>TELEFONOS:</b>	(502) 2429-3907
<b>FAX:</b>	(502) 2448-9144
<b>WEB:</b>	N/A
<b>PERSONA ENTREVISTADA:</b>	Lic. Juan Ricardo Santizo Marroquín
<b>CARGO:</b>	Gerente General
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:ricardosantizo@codisa.com.gt">ricardosantizo@codisa.com.gt</a>

Compañía Distribuidora, S.A. es uno de los principales distribuidores de productos alimenticios en Guatemala, es empresa hermana de Dizna, del Grupo Zablah.

Dicha empresa fue fundada en 1974, actualmente esta empresa posee 200 empleados, 11 sucursales en el interior del país y una en la capital.

Su infraestructura consta de 4,200 mts. Cuadrados de bodega para almacenar producto seco, y cuenta con una flotilla de 12 vehículos propios y 27 arrendados para atender el interior del país. Entre los departamentos que atiende podemos mencionar: Quezaltenango, Coatepeque, Esquintla, Chimaltenango, Zacapa, Chiquimulilla, Jutiapa, Puerto Barrios, Cobán, Sololá y Huehuetenango. De las antes mencionadas las de mayor venta son Jutiapa, Quezaltenango y Esquintla.

La Gerente de Comercialización es la Sra. Lorena Ruiz de Santiago ([lorenaruiz@codisa.com.gt](mailto:lorenaruiz@codisa.com.gt)), quien maneja en su fuerza de ventas a 287 colaboradores.

Importa, comercializa y distribuye producto no perecedero y seco. Posee 759 ítems en su cartera de venta las cuales posee 37 marcas de 19 fabricantes de los 5 continentes. Entre sus principales marcas podemos mencionar: McCormick, Molsa, Codipa (Chibola), y Café Musun, entre otros..

Comercializa en los segmentos de venta siguientes:

- Supermercados
- Hoteles y restaurantes
- Tiendas de conveniencia
- Tiendas
- Mayoristas
- Ferreterías

Entre los países que importan podemos mencionar:

- Estados Unidos
- México
- El Salvador
- Honduras
- Nicaragua
- Panamá
- Chile
- Argentina

- Brasil
- España
- Tailandia
- India

Cantidad de importaciones las realiza dependiendo del producto a pedir, sus proveedores le proveen crédito dependiendo de cada caso. El promedio de su cartera de crédito ronda alrededor de los 30 días. Maneja sus importaciones FOB Miami y CIF Guatemala para Centro América y los productos que actualmente comercializa llevan el 12% del IVA.

Su margen de distribución rondaría alrededor del 25%, entre los márgenes que le aplican sus canales de venta finales podemos mencionar (sobre venta) en supermercado 25%, Hoteles y Restaurantes 25%, Tiendas de conveniencia 20%, tiendas 30%; ferreterías 25% y mayoristas 22%.

Apoya los productos que comercializa en:

- Prensa
- TV
- Radio
- Ofertas/Promociones
- Degustaciones
- Impulso
- Telemarketing
- Artículos Promocionales

Entre sus principales clientes podemos mencionar:

- Principales cadenas de supermercados: La FRAGUA, Price Smart, La Torre, Despensas Familiares, Econo superes
- Ferreterías: Cemaco
- Tiendas de conveniencia: Texaco, Esso

Observa mayor crecimiento en el segmento de tiendas tradicionales. Entre los productos que a su parecer en el mercado tiene mayor crecimiento actualmente son las golosinas.

Se encuentra interesado en ofrecer a sus clientes nuevos productos de calidad, mostrado gran interés por conocer y comercializar productos salvadoreños, sean éstos no perecederos y / ó secos. Actualmente, los productos salvadoreños representan un 6% de sus ventas.

Empresas salvadoreñas que comercializa podemos mencionar:

- Empresas McCormick, comercializando toda la línea directa de productos desde 1977.
- Molsa, todos los productos desde 1977.
- CIDIPA, con su marca chibola desde el 2000.

Empresas centro americanas, podemos mencionar:

- Jaremar, con su marca Max Poder desde el 2001.
- Café Soluble S.A., con su marca Musún desde 1998.

Entre los requisitos legales que se exigen para la distribución de productos alimenticios importados, mencionó: Certificado de libre venta, registro sanitario y normas de empaque Coguanor.

## **Multimed S.A.**

<b>SECTOR:</b>	Importador, Distribuidor Mayorista
<b>DIRECCIÓN:</b>	Ruta 6, 1-21, Zona 4 Ciudad de Guatemala
<b>TELEFONOS:</b>	(502) 5401-1001
<b>FAX:</b>	N/A
<b>WEB:</b>	N/A
<b>PERSONA ENTREVISTADA:</b>	Lic. Carlos Zibara
<b>CARGO:</b>	Gerente General
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:czibara@rutas.com.gt">czibara@rutas.com.gt</a>

Multimed S.A. fue fundada en el año de 1995. Actualmente esta empresa posee 60 empleados, son representantes de Telefónica y de Procter & Gamble. El Lic. Zibara cuenta con una amplia experiencia en la comercialización de productos de consumo masivo, ya que en sus anteriores trabajos fue el responsable de la nueva imagen de Pepsi y Gatorate a nivel Centro Americano.

Su infraestructura consta de 1,000 mts. Cuadrados de bodega para almacenar producto seco y 200 mts. Cuadrados para producto congelado. Cuenta con una flotilla de 5 vehículos arrendados ya que la distribución de los productos congelados negoció con los principales supermercados la entrega a sus bodegas principales y ellos se encargan de su distribución a los diferentes puntos de venta. Actualmente cubre la Ciudad de Guatemala, Escuintla y pueblos periféricos.

El Gerente de Comercialización es el Sr. Raúl Roca, el cual posee 20 colaboradores en su fuerza de ventas entre vendedores y display.

Importa, comercializa y distribuye producto perecedero, no perecedero, seco & congelado. Posee 80 ítems en su cartera de venta. Entre sus principales marcas podemos mencionar: Kellogg's, Kimberly Clark, Telefónica, Productos Congelados Típicos salvadoreños (pupusas y tamales) y materiales quirúrgicos desechables.

Comercializa en los segmentos de venta siguientes:

- Supermercados
- Tiendas de conveniencia
- Tiendas
- Mayoristas
- Farmacias
- 

Entre los países que importan podemos mencionar:

- El Salvador
- Estados Unidos
- México

La cantidad de importaciones las realiza dependiendo del producto a pedir, sus proveedores le proveen crédito de 30-60 días, acorde al segmento a comercializar. El promedio de su cartera de crédito ronda los 45 días. Maneja sus importaciones CIF Guatemala para Centro América y los productos que actualmente comercializa llevan el 12% del IVA y los de fuera de Centroamérica el 15%.

Su margen de distribución rondaría alrededor del 20-25% entre los márgenes que le aplican sus canales de venta finales podemos mencionar: Supermercados 22% para producto seco y 30-35% para producto congelado, Tiendas de conveniencia 35-40% para producto seco y de 50-60% para producto congelado, tiendas 20-25% y mayoristas 10-15% .

Apoya los productos que comercializa en:

- Prensa
- TV
- Radio
- Ofertas/Promociones
- Degustaciones
- Impulso
- Telemarketing
- Artículos Promocionales

Entre sus principales clientes podemos mencionar:

- Principales cadenas de supermercados: La Fragua, Pricesmart, La Torre, Despensas Familiares, Econo súperes
- Tiendas de conveniencia: Texaco, Esso
- Farmacias: Meycos, Carolina H.

Observa mayor crecimiento en el segmento popular. Entre los productos que a su parecer en el mercado tiene mayor crecimiento actualmente podemos mencionar sopas instantáneas y productos de telecomunicaciones.

Entre los productos que el distribuye que tienen mayor participación en sus ventas y rotación a la vez están tarjetas prepagadas de Telefónica, Kimberly Clark, Kellogg's y productos congelados.

Se encuentra interesado en ofrecer a sus clientes nuevos productos de calidad, mostrado gran interés por conocer y comercializar productos salvadoreños sean estos productos congelados, carbón de primera calidad y limones. Los productos salvadoreños le representan el 10% de sus ventas totales.

Esta empresa comercializa productos de Crío Inversiones, S.A. (El Salvador) desde el 2003. Además tiene experiencia comercializando productos de empresas Centroamericanas como Costafrozen S.A. de Costa Rica (desde el 2004).

Entre los requisitos legales que se exigen para la distribución de productos alimenticios importados, mencionaron: Certificado de libre venta y registro sanitario.

## Givaudan

<b>SECTOR:</b>	Importador, Distribuidor Mayorista
<b>DIRECCIÓN:</b>	7ª. Avenida 2-75 Zona 9, Ciudad de Guatemala
<b>TELEFONOS:</b>	(502) 2332-9600
<b>FAX:</b>	(502) 2332-9600
<b>WEB:</b>	N/A
<b>PERSONA ENTREVISTADA:</b>	Ing. Juan Pablo Estrada
<b>CARGO:</b>	Ejecutivo responsable para Guatemala, Honduras y El Salvador
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:juan_pablo.estrada@givaudan.com">juan_pablo.estrada@givaudan.com</a>

Givaudan es una empresa franco-suiza que fue fundada en el año de 1890. Esta empresa se dedica a la fabricación vía molecular de cualquier tipo de sabores artificiales para la industria alimenticia, incluyendo productos cárnicos (embutidos), snack, bebidas carbonatadas, golosinas; y otras empresas tales como perfumería y múltiples sectores con aplicaciones para el producto.

La labor comercial que realiza en los países del triángulo norte (Guatemala, Honduras y El Salvador) es de pactar ventas. Para esto visita a las diferentes plantas procesadoras de productos alimenticios para evaluar que tipo de productos y que esencia utilizan en sus procesos, envía una muestra a Francia para hacer un análisis físico-químico, con lo que pretenden encontrar la molécula responsable del sabor buscado. Esta molécula se desarrolla después a nivel de laboratorio, se envían las muestras para las respectivas pruebas de olor ó sabor en los diferentes etapas de producción, y contra aceptación de las mismas se procede a proveer el producto.

Importa y comercializa productos de México, EE.UU., Brasil y de varios países europeos.

Comercializa en los segmentos de venta siguientes:

- Plantas alimenticias
- Empresas de bebidas carbonatadas
- Empresas de aceites y grasas

Cantidad de importaciones mínimas son de 60 Kg. Por esencia o sabor artificial. El promedio de su cartera de crédito es de 45 días. Maneja sus importaciones CIF Guatemala y los productos que actualmente comercializa llevan además del 12% del IVA. Los productos provenientes de México se le agregan entre 3% y 5%, de Europa un 5% y de EE.UU. un 10 %.

### **3.5. Conclusiones y recomendaciones:**

Dado que Guatemala es nuestro segundo socio comercial, con idiosincrasia y gustos parecidos, costumbres comerciales similares y que estamos a únicamente a cuatro horas de distancia entre capitales; es el país que tienen que tomar en cuenta nuestras empresas como una buena primera alternativa para iniciar sus planes de exportaciones hacia Centroamérica.

La cercanía y la alta afluencia de visitantes Guatemaltecos a nuestro país tienen como consecuencia que existe un mejor conocimiento por parte de los empresarios Guatemaltecos con respecto a nuestros productos.

En Guatemala, la Corporación CARHCO representada por La Fragua a través de su cadena de supermercados Hiper Paiz, Tiendas Paiz, ClubCo, Maxi Bodegas, y Despensa Familiar; domina en un estimado 90% las ventas en el segmento de supermercados con 101 puntos de ventas, de los cuales 50 se ubican en la ciudad capital y 51 en el interior del país. Hay que tomar en cuenta que esta corporación tiene como política para el ingreso de nuevos productos a sus puntos de venta la cobranza de un "pin", con un valor que varía de acuerdo a la categoría del producto. Este pago se efectúa una única vez, y no es reembolsable.

Para poder definir con cual distribuidora es más conveniente realizar una alianza comercial, tenemos que tener en cuenta que sean proveedores de La Fragua, además que tengan cobertura en el interior del país, poniéndole énfasis a los departamentos con potencial turístico. Además se debe tomar en cuenta la experiencia por parte de la empresa distribuidora sus conocimientos con respecto al proceso de importación.

En la mayoría de entrevistas realizadas a las diferentes distribuidoras de productos alimenticios nos mencionaron que la garantía para el crédito que se les otorgue ha sido en la práctica dar carta de crédito ó fianza bancaria, y que los costos de las fianzas bancarias incrementan el precio final del producto y potencialmente los vuelve menos competitivos. Estas empresas distribuidoras sugieren que una vez establecida la confianza comercial (después de dos ó tres compras) se les exima del requisito de la garantía con el fin de ser más competitivos en el mercado. Todos estos detalles dependen de la capacidad negociadora de cada empresario.

A nuestro juicio, las empresas distribuidoras con mayor potencial para la comercialización de productos salvadoreños en Guatemala son: CODISA (Compañía Distribuidora S.A.), Multimed S.A., Central de Alimentos S.A., Distribuidora Garesa, Centro Distribuidor y Grupo Buena.

Para concluir, los productos alimenticios en general, especialmente aquellos de bajo precio y alta rotación son de especial interés para los distribuidores, debido a que desean ampliar su oferta de productos a los sectores medio y popular.

### 3.6. Contactos de interés

- Ministerio de Agricultura  
[www.maga.gob.gt](http://www.maga.gob.gt)
- Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales  
[www.marn.gob.gt](http://www.marn.gob.gt)
- Ministerio de Comunicaciones, Infraestructura y Vivienda  
[www.micivi.gob.gt](http://www.micivi.gob.gt)
- Puertos
  - \* Empresa Portuaria Quetzal
    - Empresa portuaria Nacional de Champerico  
[ww.empornac.gob.gt](http://ww.empornac.gob.gt)
    - Empresa portuaria Nacional Santo Tomás de Castilla [www.empornac.gob.gt](http://www.empornac.gob.gt)
    - Puerto Barrios
- Aeropuertos Internacionales
  - Aeropuerto Internacional La Aurora
  - Santa Elena (Petén)
  - Unidad Ejecutora de Conservación Vial –COVIAL-  
[www.covial.gob.gt](http://www.covial.gob.gt)
  - Dirección General de Correos y Telégrafos
- Ministerio de Cultura y Deportes  
[www.minculturadeportes.gob.gt](http://www.minculturadeportes.gob.gt)
- Ministerio de Economía  
[www.mineco.gob.gt](http://www.mineco.gob.gt)
  - Registro Mercantil (Entidad que registra todas las empresas)
  - Registro de la propiedad Intelectual (Registra todas las marcas y Patentes)
  - Zonas Francas (actualmente hay autorizadas 22)
  - Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor –DIACO-
- Ministerio de Educación  
[www.mineduc.gob.gt](http://www.mineduc.gob.gt)
- Ministerio de Energía y Minas  
[www.mem.gob.gt](http://www.mem.gob.gt)
- Ministerio de Finanzas Públicas  
[www.minfin.gob.gt](http://www.minfin.gob.gt)
  - Dirección General de Aduanas
  - Superintendencia de Administración Tributaria -SAT-
- Ministerio de Gobernación  
[www.mingob.gob.gt](http://www.mingob.gob.gt)
  - \* Policía Nacional Civil  
[www.pnc.gob.gt](http://www.pnc.gob.gt)
  - Diario de Centro América
- Ministerio de la Defensa Nacional  
[www.mindef.mil.gt](http://www.mindef.mil.gt)
- Ministerio de Relaciones Exteriores  
[www.minex.gob.gt](http://www.minex.gob.gt)
  - Dirección de Migración
  - Embajadas acreditadas en Guatemala
  - Embajadas de Guatemala en el exterior
- Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social  
[www.mspas.gob.gt](http://www.mspas.gob.gt)
- Ministerio de Trabajo y Previsión Social  
[www.mintrabajo.gob.gt](http://www.mintrabajo.gob.gt)
  - Principales obligaciones para con el Trabajador
  - IGSS  
[www.igss.org.gt](http://www.igss.org.gt)

### 3.7. Anexos

- I. Directorio empresarial Cámara de Comercio de Guatemala
- II. Directorio empresarial AMCHAM (Cámara Americana de Comercio)
- III. Directorio de exportadores de productos no tradicionales (AGEXPRONT)
- IV. Marco legal de inversión

- Código de Comercio (Decreto No. 2-70)
  - Ley de Agentes, Representantes y Distribuidores (Decreto 8-98)
- Código de Trabajo (Decreto No. 1,441)
  - Prestaciones para un trabajador
- Código Tributario (Decreto 6-91)
  - Impuesto Sobre la Renta (Decreto 26-92)
  - Impuesto único sobre Inmuebles –IUSI-
- Leyes por área
  - Financiera
    - Ley de Inversión Extranjera Decreto 9-98
    - Ley de Libre negociación de Divisas Decreto 94- 2,000
  - Maquila (Decreto No. 29-89)
  - Ley de Zonas Francas (Decreto 65-89)
  - Ley Forestal (Decreto 101-96)
  - Ley del IVA (Decreto. 27-92)

**OFICINA DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS**  
**UNIDAD DE NORMAS Y REGULACIONES**  
**MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERIA Y ALIMENTACION**

**ASUNTO: ACUERDO MINISTERIAL No. 1090-2001 NORMAS GENERALES DE CARÁCTER OBLIGATORIO, APLICABLES A LA IMPORTACIÓN Y TRÁNSITO INTERNACIONAL DE ANIMALES, RECURSOS HIDROBIOLÓGICOS, SUS PRODUCTOS Y SUBPRODUCTOS.**

**ARTÍCULO 4. REQUISITOS DE IMPORTACIÓN.** Toda persona dedicada a la importación de animales, recursos hidrobiológicos, sus productos y subproductos, previo a iniciar gestiones comerciales, debe contar con la “Autorización Zoosanitaria de Importación”, expedida por la UNIDAD, la cual tiene treinta días de vigencia a partir de la fecha de emisión. La Autorización Zoosanitaria para productos no procesados o constancia Zoosanitaria de Importación para los productos procesados queda sujeta al cumplimiento de la presentación ante la Oficina de Servicios al Usuario de la UNIDAD, de los documentos siguientes:

- ✓ Formulario “Solicitud de Autorización Zoosanitaria de Importación” completado con la información requerida en el mismo.
- ✓ Certificado Zoosanitario extendido por la Autoridad Nacional competente del país de origen o procedencia, con las declaraciones adicionales cuando corresponda.
- ✓ Certificado de Origen, emitido por la entidad competente del país. Los productos originarios de los países de Centro América, deben presentar en sustitución del Certificado de Origen, el Formulario Aduanero Único Centroamericano.
- ✓ Fotocopia de la factura comercial.
- ✓ Fotocopia del conocimiento de embarque.
- ✓ Certificado de Libre Venta emitido por la autoridad oficial competente.
- ✓ Resultado de los análisis de laboratorio, en caso de ser requeridos por la Unidad.
- ✓ Certificado CITES, únicamente para especies de animales silvestres declarados en peligro de extinción
- ✓ Los documentos redactados en idioma extranjero, deben ser vertidos al idioma español mediante traducción jurada, la cual debe adjuntar los documentos respectivos.

## 4. Honduras

### 4.1. Honduras en cifras:

Nombre:	República de Honduras
Capital:	Tegucigalpa
Superficie:	112,492 Km2
Idioma:	Español
Moneda:	Lempira
División política:	18 departamentos: Atlántida, Choluteca, Colon, Comayagua, Copan, Cortes, El Paraíso, Francisco Morazán, Gracias a Dios, Intibuca, Islas de la Bahía, La Paz, Lempira, Ocotepeque, Olancho, Santa Barbara, Valle, Yoro

### 4.2. Demografía:

Población:	6, 975,204
Tasa anual de crecimiento:	2.16%
Expectativa de vida:	65.6
Densidad poblacional:	61 / Km2

### 4.3. Economía:

#### Honduras Principales Indicadores Macroeconómicos

	1999	2000	2001	2002	2003
<b>PRODUCCIÓN</b>					
P.I.B. Nom. en US\$	5437	6032	6377	6584	6941
P.I.B. Nom. por habitante en US\$	852	915	936	939	964
Tasa de variación	0.00%	7.40%	2.40%	0.20%	2.70%
P.I.B. Real (Base 1978)	6750	7138	7325	7523	7767
Tasa de crecimiento anual	-1.90%	5.70%	2.60%	2.70%	3.20%
<b>BALANZA DE PAGOS (Millones de US\$)</b>					
Exportaciones F.O.B.	1612	1218	1426	1379	1352
Tasa de variación	11.50%	-24.00%	17.10%	-3.30%	-2.00%
Importaciones C.I.F.	2605	2757	2933	3083	3114
Tasa de variación	21.20%	5.80%	6.40%	5.10%	1.00%
Saldo en la cuenta corriente	-128	-241	-256	-322	-307
Déficit cuenta corriente/PIB	2.40%	4.40%	4.30%	5.00%	4.60%
Variación RMIN (-) aumento	-230	-474	-119	-147.3	-50
Saldo de las RMIN	898	1372	1491	1638	1688

Importaciones CIF por país / Millones de Dólares						
	1997	1998	1999	2000	2001	2002
<b>Norteamérica</b>	1045	1188	1199	1238	1299	1231
Estados Unidos	1033	1177	1183	1220	1282	1213
Canadá	12	11	16	18	17	18
<b>Latinoamérica</b>	778	955	1076	1249	1258	1329
<b>Centroamérica</b>	342	502	541	596	630	574
Guatemala	151	233	225	233	295	237
Nicaragua	21	25	38	37	48	58
Costa Rica	57	88	98	101	103	103
El Salvador	113	156	180	225	184	176
<b>Resto de Latinoamérica</b>	435	453	535	653	628	755
México	115	121	137	140	141	167
Trinidad & Tobago	10	25	16	31	35	76
Venezuela	29	32	29	31	26	53
Colombia	16	17	28	34	30	29
Brasil	24	24	31	30	30	38
Argentina	6	3	4	6	7	7
República Dominicana	13	7	6	3	4	8
Ecuador	4	2	11	13	2	23
Otros Latinoamérica	219	225	274	366	354	356
<b>Europa</b>	162	189	219	179	239	220
Alemania	33	34	46	36	31	34
Holanda	10	35	28	11	84	51
Bélgica	20	17	14	11	11	23
Francia	9	18	26	29	21	17
España	20	27	31	30	37	38
Italia	15	15	12	13	19	14
Reino Unido	11	16	12	10	8	7
Otros Europa	45	28	40	34	30	37
<b>Japón</b>	76	117	107	103	114	101
<b>Resto del Mundo</b>	87	85	75	92	75	95
<b>Total</b>	2149	2535	2676	2855	2984	2976
Fuente: Elaboración propia con base a cifras proporcionadas por el Banco Central de Honduras, Tegucigalpa 2003						
Directorio de Exportadores FIDE 2004						

<b>Importaciones CIF por SAC / Millones de Dólares</b>								
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Animales vivos y productos del reino animal	60.80	71.30	71.50	94.10	80.00	63.30	68.80	71.70
Productos del reino vegetal	99.80	103.60	134.40	145.00	141.70	151.50	155.40	175.90
Grasas y aceites animales y vegetales	15.60	21.50	22.30	19.20	12.40	20.80	28.90	31.80
Productos industriales alimenticios	229.20	260.30	260.10	263.10	282.80	285.90	302.20	342.10
Productos minerales	238.70	219.60	261.60	394.20	404.80	417.30	0.50	656.20
Otros productos minerales	5.00	5.20	5.20	10.50	8.20	7.10	8.30	19.00
Comestibles y lubricantes	238.70	214.40	256.40	383.60	396.60	410.20	512.40	637.20
Productos de Industria química y conexas	276.50	336.50	351.70	390.20	397.30	445.10	457.00	504.80
Materiales plásticos, artificiales y manufactura	135.10	144.70	147.40	165.70	169.60	184.30	196.90	225.10
Pieles, cueros, peletería y manufactura	4.30	4.80	5.80	5.70	6.10	8.80	8.80	8.00
Madera, carbón, corcho y sus manufacturas	10.50	13.20	8.70	12.80	10.70	10.30	11.80	11.40
Material para fabricación de papel y artículos de papel	101.40	125.30	120.90	142.50	158.70	166.90	176.60	192.10
Materiales textiles y sus manufacturas	58.00	79.10	85.90	80.90	87.70	96.70	99.30	96.80
calzado, sombrerería, plumas y flores	12.10	15.00	16.40	18.60	19.80	25.10	28.50	27.80
Manufactura de piedra, yeso, cemento y vidrio	42.00	46.40	44.00	44.50	42.10	45.90	46.70	52.00
Perlas, piedras preciosas, metales y manufactura	2.00	1.70	3.50	1.20	1.40	2.40	1.80	2.70
Metales comunes y sus manufacturas	185.00	204.90	245.20	201.60	291.30	201.30	246.30	288.60
Máquinas, aparatos y materiales eléctricos	370.20	514.90	519.30	465.60	463.80	481.20	559.40	862.40
Material de transporte	245.80	295.00	279.10	299.10	276.80	275.70	241.80	245.10
Instrumentos de óptica, fotografía, cine, medico quirúrgico y otros	25.90	29.50	40.50	48.30	32.00	36.90	45.50	45.00
Armas y municiones	0.60	1.10	3.00	5.50	7.90	1.90	2.60	2.60
Mercancías y productos diversos	34.20	44.90	53.10	56.60	56.20	56.30	69.60	79.50
Objetos de arte y colecciones	0.90	1.50	1.70	0.40	0.20	0.20	0.10	0.20
<b>Total</b>	<b>2148.60</b>	<b>2534.80</b>	<b>2676.10</b>	<b>2854.70</b>	<b>2943.30</b>	<b>2977.80</b>	<b>3268.70</b>	<b>3221.80</b>
<b>Totales sin combustible</b>	<b>1914.90</b>	<b>2320.40</b>	<b>2419.70</b>	<b>2471.10</b>	<b>2546.70</b>	<b>2567.60</b>	<b>2756.40</b>	<b>3284.60</b>
Nota: Excluye importaciones realizadas por empresas maquiladoras radicadas en el país.								
Fuente: Cifras proporcionadas por la DGEC con cifras de SIECE, SIDUNEA / DEI y EUROTRACE / INE								

#### 4.4. Perfiles Empresariales

##### Lácteos de Honduras (LACTHOSA)

<b>SECTOR:</b>	Importador, Distribuidor Mayorista, Minorista & Detallista
<b>DIRECCIÓN:</b>	Aldea Jacaleapa, 500 mts. al sur de la Escuela Normal Mixta Tegucigalpa, Honduras
<b>TELEFONOS:</b>	(504) 230-6182
<b>FAX:</b>	(504) 230-4312
<b>WEB:</b>	N/A
<b>PERSONA ENTREVISTADA:</b>	Lic. Zenio Pagán
<b>CARGO:</b>	Gerente de Mercadeo
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:zeniop@msn.com">zeniop@msn.com</a>

Lacthosa es uno de los principales productores, comercializadores y distribuidores de productos lácteos en la región Centroamericana.

Dicha empresa fue fundada como iniciativa del gobierno central como una cooperativa de productores y procesadores de leche. En 1992 es privatizada y sus propietarios, la familia Kaffi invierten en nuevas maquinarias y procesos de producción para llevarla al posicionamiento que actualmente cuenta. Actualmente esta empresa posee 2500 empleados, posee 9 sucursales diseminadas en la totalidad del territorio hondureño para poder distribuir sus productos en todo el país.

Entre sus principales sucursales podemos mencionar:

- San Pedro Sula
- Copán
- Atlántida(2)
- Comayagua(2)
- Islas de la Bahía
- Tegucigalpa
- El Paraíso
- Olancho
- Valle

De las que le producen mayores ventas están:

- San Pedro Sula
- Tegucigalpa
- Valle

Su infraestructura consta por sucursal de 2 contenedores de 40 pies para producto que no necesita refrigeración y 1 contenedor de 40 pies para productos refrigerados. Cuenta con una flotilla de 350 vehículos propios para atender el 100 % del país, el Gerente de Comercialización es el Lic. Raimundo Hernández, quien maneja en su fuerza de ventas a 350 colaboradores entre vendedores, impulsoras, degustadores, merchandising y rutas.

La distribución al segmento detallista le representa el 86 % de sus ventas totales.

Produce, comercializa y distribuye tanto producto no perecedero, seco, & refrigerado. Posee 400 ítems en su cartera de venta. Entre sus principales marcas podemos mencionar: Sula, Delta, Dos pinos, y Fresty. Entre sus principales productos tanto en ventas como en rotación están: Leche fluida, Jugos de naranja y crema.

Comercializa sus productos en los segmentos siguientes:

- Supermercados
- Hoteles y restaurantes
- Tiendas de conveniencia
- Mayoristas
- Pulperías

Entre los países que importa podemos mencionar:

- Guatemala
- Costa Rica

Sus importaciones varían de la rotación de los productos, en el caso de Costa Rica importa 3 furgones mensuales y de Guatemala 2 mensuales. El crédito que le proveen sus proveedores depende mucho del tiempo de sus relaciones comerciales pero varían entre 30-45 días. El crédito que le proveen a sus clientes ronda entre 15-30 días dependiendo del segmento. Los productos que comercializan ya que están catalogados como de canasta básica están exentos de IVA.

El Margen de distribución que pretendieran es el siguiente:

- Productos congelados 40%
- Productos refrigerados 35%

El margen que su canal de venta final le aplican a sus productos es el siguiente:

- Productos congelados 30-35 %
- Productos pasteurizados 15 %

Apoya a sus productos mediante:

- TV
- Prensa
- Radio
- Ofertas/ Promociones
- Degustaciones
- Artículos promocionales

Entre sus principales clientes podemos mencionar:

- Principales cadenas de supermercados que le participan en el 15 % de sus ventas
- Pulperías que participan en el 80 % de sus ventas
- Institucional que participa con el 5 % de sus ventas

Observa que el segmento popular ha tenido mayor crecimiento en tiendas populares (Despensas Familiares) y los productos que observa que han tenido mayor crecimiento están las leches fluidas así como las cremas pasteurizadas. Con respecto a los productos más innovadores mencionó las leches en presentación de Tetra Pack.

Entre las empresas con las que tiene relaciones comerciales a nivel centroamericano podemos mencionar:

- Empresa Dos Pinos de Costa Rica desde el año 2001
- Empresa Inlacs de Guatemala desde el año 2003

Conoce de la calidad de los productos salvadoreños y estaría interesado en productos perecederos refrigerados - congelados y como garantías crediticias está en la posibilidad de ofrecer cartas de crédito.

De los requisitos de importación para productos alimenticios mencionó:

- Registro sanitario
- Cumplir con la ley de etiquetado

## Distribuidora PETARHO

<b>SECTOR:</b>	Importador, Distribuidor Minorista
<b>DIRECCIÓN:</b>	Col. San Luis calle principal a la Pradera Tegucigalpa
<b>TELEFONOS:</b>	(504) 234-0256 / 0260
<b>FAX:</b>	(504) 234-0258
<b>WEB:</b>	N/A
<b>PERSONA ENTREVISTADA:</b>	Sr. Raúl Young
<b>CARGO:</b>	Gerente General
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:petarho@cablecolor.hn">petarho@cablecolor.hn</a> <a href="mailto:petarho@hotmail.com">petarho@hotmail.com</a>

Empresa fundada en el año de 1984. Distribuidora PETARHO es una de las distribuidoras que utilizan el sistema de previa venta con distribuidores independientes y atender al segmento popular, posee además una flotilla de motos para distribución en los lugares más remotos de las diferentes ciudades. Su infraestructura consta de 1,000 mts. Cuadrados de bodega para almacenar producto seco. Cuenta con una flotilla de 9 vehículos propios y 4 motos para distribución en tiendas. Actualmente por la alianza en lo que se refiere a distribución cubre la mayoría del territorio hondureño ya sea con su flotilla o con los vendedores independientes que posee.

El Gerente de Comercialización es el Sr. Edgardo Su, el cual tiene 11 colaboradores en su fuerza de ventas entre vendedores y display.

Importa, comercializa y distribuye productos enlatados y productos de primera necesidad, posee 80 ítems en su cartera de venta.

Entre sus principales marcas podemos mencionar: Escobas de diferentes empresas salvadoreñas, sardinas, Pine-sol, Herramientas agrícolas de IMACASA y otras.

Comercializa en los segmentos de venta siguientes:

- Supermercados
- Tiendas de conveniencia
- Tiendas
- Mayoristas
- Ferreterías

Entre los países que importan podemos mencionar:

- El Salvador
- Ecuador
- Tailandia
- República Dominicana

Sus importaciones las realiza en el caso de las escobas salvadoreñas cada 15 días y afuera del área centroamericano cada 30 días, sus proveedores le proveen crédito de 30 días. El promedio de su cartera de crédito ronda alrededor de los 15-25 días. Prefieren CIF Tegucigalpa como condición de pago.

Los productos que actualmente comercializa llevan el 12% del IVA, excepto aquellos que son de la canasta básica.

Su margen de distribución rondaría alrededor del 15-25%. Entre los márgenes que le aplican sus canales de venta finales podemos mencionar (sobre venta) en supermercado 35%, tiendas de conveniencia 50%, tiendas populares 10-15% y ferreterías 50%.

Su apoyo a la comercialización es solo a base de afiches ya que su comercialización se centra en el segmento popular, tiendas de las diferentes colonias y barrios.

Entre sus principales clientes podemos mencionar:

- Principales cadenas de supermercados: La FRAGUA, Pricesmart, La Colonia
- Principales mayoristas
- Ferreterías: Larach

Observa mayor crecimiento en el segmento popular. Entre los productos que a su parecer en el mercado tiene mayor crecimiento en ventas y a la vez mayor rotación en lo que a sus productos se refiere actualmente podemos mencionar sardinas y todo tipo de producto en latas (para mayor vida útil) a bajo costo.

Tiene excelente percepción de la calidad de los productos salvadoreños ya que en la actualidad tiene alianzas comerciales con varias de ellas, Se encuentra interesado en ofrecer a sus clientes nuevos productos de calidad, mostrado gran interés por conocer y comercializar productos enlatados y principalmente artículos de primera necesidad y costo bajo. Los productos salvadoreños le representan entre un 20-25% de sus ventas totales.

Empresas salvadoreñas que comercializa podemos mencionar:

- Multiplast comercializa escobas desde el año 2002
- Cabogas comercializa escobas desde el año 2000
- Industrias Pichinte comercializa escobas y cepillos desde el año 1990

Empresas centroamericanas, podemos mencionar:

- Boge comercializa pastillas de cuajo desde el año 1995
- Pascua comercializa desodorantes ambientales desde el año 2000

## Supermercados La Colonia S.A.

**SECTOR:** Supermercados

**DIRECCIÓN:** Apartado 3225 Boulevard Suyapa  
Tegucigalpa, MDC

**TELEFONOS:** (504) 239-1869 / 239-1870 / 232-1240

**FAX:** (504) 232-0633

**WEB:** N/A

**PERSONA ENTREVISTADA:** Lic. Jorge A. Valdez

**CARGO:** Gerente General

**EMAIL:** [lacolonia@david.intertel.hn](mailto:lacolonia@david.intertel.hn)

Supermercados La Colonia es uno de los supermercados preferidos en la ciudad de Tegucigalpa con 11 sucursales diseminadas en las diferentes colonias de la capital hondureña y para los diversos segmentos sociales.

Dicha empresa fue fundada en 1976, siendo su gerente general el Lic. Jorge Váldez, su cadena de supermercados provee fuentes de trabajo directo a 4,000 colaboradores directos.

Su infraestructura consta de 4,000 mts. cuadrados de bodega para almacenar producto seco y un cuarto refrigerado-congelado de 100 mts. cuadrados para la diversidad de productos que comercializan, ya tiene implementado el centro de distribución adonde se les entrega cierto tipo de mercaderías y ellos se encargan de la distribución a los diferentes sucursales.

Cuenta con 9 vehículos propios y subcontrata vehículos para distribución en las temporadas altas.

El departamento de comercialización está a cargo de la Lic. Sonia Fion.

Status Comercial: Distribuidor Detallista(supermercados).

Importa y comercializa todo tipo de productos tanto de la canasta básica, enlatados, carnes, etc tanto producto seco como refrigerado, poseen 20,000 ítems en su cartera de venta.

Comercializa en los todos los segmentos de venta llámese segmento popular, medio y alto.

Entre los países que importan podemos mencionar:

- El Salvador
- E.U
- México
- Guatemala

Importa sus productos generalmente cada 30 días pero depende del tipo de producto y la rotación del mismo. Sus proveedores le proveen entre 45 días de crédito, aunque en algunos casos realiza compras al contado. Maneja sus importaciones tanto FOB como CIF. La mayoría de productos que comercializa hay que agregarles un 12 % de IVA.

Su margen de distribución según la categoría del producto es el siguiente: Producto seco 20%, producto empacado 30% y al que hay que darle cierto manejo, tales como bandeja, papel film, y otros, le marginan un 35 %.

Solicitan todos los requisitos comerciales que pide la ley para poder comercializarlos en sus sucursales. Entre los requisitos los que mencionó están: registro sanitario, viñeta en español, código de barras y descripción de ingredientes.

Apoya los productos que comercializa en:

- Radio
- Prensa
- Ofertas/Promociones
- Degustaciones
- Artículos promocionales
- Vallas
- Folletos Semanales de ofertas
- Correo directo
- Ofertas con tarjetas de crédito

Entre las marcas que comercializa podemos mencionar la línea de Unilever, Kimberly Clark, Del Monte, Nabisco / Royal, Kellogg's y Natura entre otras.

De los departamentos que tienen mayor rotación e igualmente participación en sus ventas son:

- Departamento de Carnes
- Dpto. de Frutas y Verduras
- Dpto. de Productos de la Canasta Básica

En los productos de mayor crecimiento actualmente, mencionó la línea de productos perecederos congelados, tanto frutas, verduras y carnes. Ha notado cierto decrecimiento en productos como: betunes y productos lácteos artesanales.

En la categoría de innovación mencionó artículos para el cuidado personal y recientemente plátanos congelados. Entre los criterios que tiene para discontinuar un producto importado mencionó: Poca rotación, malas ventas, poco apoyo al producto.

Actualmente su participación de productos salvadoreños anda alrededor del 2%, está interesado en cualquier producto de alta rotación, canasta básica y bajo precio, principalmente productos perecederos tanto refrigerados como congelados.

Entre las empresas salvadoreñas que actualmente comercializa podemos mencionar:

- Hilasal, con sus productos toallas desde 1985.
- Productos Diana, con su línea de boquitas desde 1985.
- Industrias St. Jack's, con su línea de ropa desde 1985.
- Productos Yes, con su línea de yogurts desde 2000.

Empresas centroamericanas podemos mencionar:

- Empresa Yambert de Costa Rica con sus bolsas de empaque, desde 1985.
- Empresa Dos Pinos de Costa Rica con su línea de lácteos, desde 1990.
- Empresa Toledo, de Guatemala con su línea de embutidos, desde 1980.

## Distribuidora Mercurio

<b>SECTOR:</b>	Importador, Distribuidor Mayorista
<b>DIRECCIÓN:</b>	Col. Miramontes, 1era. Calle No. 2146, Tegucigalpa, Honduras
<b>TELEFONOS:</b>	(504) 239-0707 / 232-5271
<b>FAX:</b>	(504) 239-3314
<b>WEB:</b>	<a href="http://www.distribuidoramercurio.com">www.distribuidoramercurio.com</a>
<b>PERSONA ENTREVISTADA:</b>	Ing. Emil García
<b>CARGO:</b>	Gerente General
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:mercurio@cablecolor.hn">mercurio@cablecolor.hn</a>

Distribuidora Mercurio se especializa en artes gráficas. Fue fundada en 1986, cuenta con 10 colaboradores y su fuerza de venta consta de 5 personas. Trabaja con 1 vehículo arrendado y su infraestructura consta de 90 mts. Cuadrados.

Posee una sucursal en Tegucigalpa y distribuye producto a San Pedro Sula, siendo un distribuidor mayorista atiende imprentas y periódicos

Entre los países que importan podemos mencionar:

- Brasil
- Estados Unidos
- México
- Alemania

Ya que su especialidad son las Artes Gráficas, sus importaciones las realiza cada 60 días, sus proveedores le otorgan 30 días de Crédito. El promedio de su cartera de crédito ronda alrededor de los 30 días. No tiene una preferencia en sus negociaciones pero prefiriera CIF Tegucigalpa. Los productos que actualmente comercializa llevan el 12% del IVA. Su margen de comercialización rondaría alrededor del 25%.

Su apoyo a la comercialización es solo a base de prensa y promociones.

Entre su cartera de clientes están los principales periódicos hondureños e imprentas litográficas a nivel centroamericano, ya que es representante de Konica para Centro América.

En su opinión, los productos que presentan mayor crecimiento son tintas y planchas. En decrecimiento, las películas y como producto innovador mencionó los químicos de limpieza.

Tiene buena percepción de la calidad de los productos salvadoreños. Se encuentra interesado en comercializar a sus clientes nuevos productos de calidad, mostrado gran interés en tintas, pegamentos de tintas, químicos de limpieza, así como jabones para limpieza de mano.

La empresa salvadoreña con la cual tiene experiencia en comercialización es Sun Chemical, con su línea de tintas desde el año 1998.

## Supermercados Mas x Menos

<b>SECTOR:</b>	Supermercados
<b>DIRECCIÓN:</b>	Ave. La Paz, Tegucigalpa, Honduras
<b>TELEFONOS:</b>	(504) 238-2802 / 238-5632 / 222-0274
<b>FAX:</b>	(504) 238-0157
<b>WEB:</b>	N/A
<b>PERSONA ENTREVISTADA:</b>	Lic. Wilfredo Velásquez
<b>CARGO:</b>	Gerente Nacional
<b>EMAIL:</b>	N/A

Supermercados Mas x Menos es un grupo familiar que lo conforman una diversidad de empresas, además de supermercado poseen una casa de cambio, venta de línea blanca y venta de ropa, que comercializan al mayoreo.

Dicha empresa fue fundada en 1970, siendo su gerente general el Lic. Wilfredo Velásquez, su cadena de supermercados provee fuentes de trabajo directo a 254 y tiene 2 sucursales, una en Tegucigalpa y la otra en Choluteca. La fortaleza de esta cadena de supermercado es la inmensidad de productos importados que en ella se encuentran, dado a este motivo su clientela es media-media alta. El producto importado representa del 40 -45% de sus ventas totales y ellos directamente importan el 100% de su mercadería.

Su infraestructura consta de aproximadamente 2,000 mts. Cuadrados de bodega para almacenar producto seco y un cuarto refrigerado-congelado de 100 mts. Cuadrados para la diversidad de productos que comercializan.

Importa y comercializa todo tipo de productos: perecedero y no perecedero. Poseen 53,000 ítems en su cartera de venta.

Entre los países de donde importan podemos mencionar:

- Estados Unidos
- México
- Costa Rica
- España
- Alemania
- Colombia

Sus importaciones dependen de la rotación y el volumen de venta para así determinar la frecuencia de compra. Sus proveedores le otorgan entre 45-90 días de crédito. Maneja sus importaciones tanto FOB como CIF. La mayoría de productos que comercializa hay que agregarles un 12 % de IVA.

Refiriéndose a los requisitos comerciales que pide la ley para poder comercializarlos en sus sucursales, entre los que mencionó el registro sanitario, viñeta en español, código de barras, descripción de ingredientes entre otros.

El apoyo de mercado que ofrecen a sus productos es:

- TV
- Prensa
- Degustaciones

Entre las marcas que comercializa podemos mencionar: Kellogg's, Nestlé, Frito Lay y otros.

Entre los departamentos que tienen mayor rotación e igualmente participación en sus ventas están:

- Dpto. de Verduras importadas
- Dpto. de Delicatesen

En los segmentos de mayor crecimiento observa las financieras y tarjetas de crédito. En decrecimiento la comida de lujo.

Entre los criterios que tiene para discontinuar un producto importado mencionó: la mala calidad, bajas ventas, precios no competitivos.

Actualmente no comercializa producto salvadoreño, pero tiene una percepción de la excelente calidad de estos. Están muy interesados en producto perecedero tanto seco como congelado.

## Compañía Comercial S.A. (COMERSA)

<b>SECTOR:</b>	Importador, Distribuidor Mayorista
<b>DIRECCIÓN:</b>	Colonia Villa Asturias, Boulevard del Este 29 calle, 29 Avenida frente Residencial Miguel Ángel Pavón. San Pedro Sula, Honduras
<b>TELEFONOS:</b>	(504) 559-8743/ 8745/ 8740
<b>FAX:</b>	(504) 559-8746
<b>WEB:</b>	N/A
<b>PERSONA ENTREVISTADA:</b>	Lic. Teófilo Castillo
<b>CARGO:</b>	Gerente General
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:comersa_sa@yahoo.com">comersa_sa@yahoo.com</a>

COMERSA es uno de los principales importadores, comercializadores y distribuidores de productos para todas las necesidades de la costa Atlántica de Honduras.

Su Presidente y fundador el Lic. Teófilo Castillo es ampliamente conocido en el ambiente empresarial de Honduras. Fue fundador y Presidente de la Bolsa de Valores de Honduras.

Dicha empresa fue fundada en el año de 1995. Actualmente esta empresa posee 25 empleados, ya que su operación comercial es la distribución al por mayor y despacho a las principales cadenas de supermercados de la costa Atlántica. Su centro de acopio y distribución se encuentra en San Pedro Sula. Sus áreas de fortalezas son los recipientes plásticos, recipientes para uso domestico e industrial.

Su infraestructura consta de 800 metros cuadrados para producto seco y entre sus proyectos a corto plazo es la instalación en sus bodegas de un furgón de 45 pies para almacenar productos refrigerados-congelados. Cuenta con una flotilla de 2 vehículos de 8 toneladas con furgón cerrado y 2 pick- up para reparto a clientes cercanos y de bajo volumen.

El Gerente de Comercialización y ventas es la Lic. Ángeles Rodríguez, e-mail: [angelesrodrigueznh@yahoo.com](mailto:angelesrodrigueznh@yahoo.com), quien maneja en su fuerza de ventas a 15 colaboradores, entre impulsoras, degustadores y repartidores.

Importa, comercializa y distribuye producto perecedero como no perecedero, y próximamente producto refrigerado- congelado. Posee 1800 ítems en su cartera de venta. Entre sus principales marcas podemos mencionar: Nestlé, Maggi, Linda y Supercoba, Cordialsa e Imacasa.

Los productos que mencionó como de mayor participación son: Productos de limpieza (escobas y cepillos), Productos Nestlé y envases plásticos.

Los productos que mencionó como de mayor rotación fueron: Productos Nestlé, escobas, trapeadores, bolsas plásticas.

Comercializa sus productos en los segmentos siguientes:

- Supermercados
- Mayoristas

Entre los países desde donde importan podemos mencionar:

- Guatemala
- El Salvador
- Honduras
- México
- Nueva Zelanda

Sus importaciones varían de la rotación de los productos, pero un promedio de pedidos ronda alrededor de los 8-15 días. Prefiere sus cotizaciones FOB lugar de origen y encargarse de la logística de importación. Mínimo de compra \$1500 por pedido. El crédito que le proveen sus proveedores es mínimo 60 días. El crédito que les provee a sus clientes ronda los 30 días máximos. A los productos que comercializan se les carga 12 % de IVA.

El margen de distribución que pretendiera fuera un mínimo de 20 % para que le sea atractiva la distribución.

El margen que su canal de venta final aplica a sus productos es el siguiente:

- Supermercados 15-20 %
- Mayoristas 5-7 %

Apoya a sus productos vía promociones y bandeos de productos ya que sus clientes en su mayoría son distribuidores mayoristas del interior del país.

Entre sus principales clientes podemos mencionar:

- Supermercados Junior
- Supermercados Los Andes
- La Fragua
- Mercadito Morales( mayorista)
- Tienda Celia( mayorista)

Observa que el segmento medio a tenido mayor crecimiento y en los productos que observa que han tenido mayor crecimiento podemos mencionar las sopas Knorr y los jugos Natura's con sabor de piña

Entre las empresas salvadoreñas con las que tiene relaciones comerciales mencionó:

- Multiplastic con su producto escobas desde el año 1999
- Salvaplastic con su productos recipientes plásticos desde 2001
- Albion Group con su producto detergente desde el año 2003
- Y próximamente con Industrias Lya, con salsas inglesas y horchatas.

Conoce a la perfección de la calidad de los productos salvadoreños ya que tiene alianzas comerciales con varias y está en negociaciones con otras más. Estaría interesado en productos plásticos desechables, azúcar, miel, papel sanitario, sandalias, botas de hule, entre otros. Con posibilidad que la primera compra sea al contado y posteriormente negociar el tiempo del crédito.

De los requisitos de importación para productos alimenticios mencionó:

- Registro sanitario
- Cumplir con la ley de etiquetado

## Larach y Cía.

<b>SECTOR:</b>	Importador, Distribuidor Mayorista - Minorista
<b>DIRECCIÓN:</b>	Calle La Salud, Col. Miramonte Tegucigalpa, MDC
<b>TELEFONOS:</b>	(504) 231-3560
<b>FAX:</b>	(504) 231-3577
<b>WEB:</b>	N/A
<b>PERSONA ENTREVISTADA:</b>	Sr. Emilio Larach
<b>CARGO:</b>	Gerente General
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:larachco@larachycia.com">larachco@larachycia.com</a>

Larach y Cía. Es un distribuidor mayorista fuerte, propietario de 2 Mega Tiendas y 2 Sucursales, 3 de ellas localizadas en Tegucigalpa y 1 en San Pedro Sula.

Dicha empresa fue fundada en 1948, siendo su Gerente General el Lic. Emilio Larach, su cadena de tiendas provee fuentes de trabajo directo a 500 colaboradores directos.

Su infraestructura consta de 9,000 mts. Cuadrados de bodega para almacenar producto seco para la diversidad de productos que comercializan, su sucursal principal tiene una bodega de 1,800 mts. Cuadrados. Tiene 30 vehículos propios y su fuerza de venta consta de 15 vendedores. La Sra. Carmen de Flefyn ([czf@larachycia.com](mailto:czf@larachycia.com)) es su Gerente de Comercialización

Importa, comercializa y distribuye todo tipo de productos tanto perecederos como no perecederos. Poseen 30,000 ítems en su cartera de venta, entre sus productos se encuentran plantas naturales, galletas, chocolates, alimentos para plantas, etc.

Comercializa en los todos los segmentos de venta llámese segmento alto, medio alto, media baja y popular.

Entre las regiones desde donde importan podemos mencionar:

- Europa
- Sur América
- Asia
- Centro América

Importa sus productos generalmente cada 30 días pero depende del tipo de producto y la rotación del mismo. Sus proveedores le proveen entre 60 días de crédito. Sus importaciones las hace CIF Tegucigalpa. Su cartera crédito a sus clientes es de 30 días y a la mayoría de productos que comercializa debe agregárseles 12 % de IVA.

Solicitan todos los requisitos comerciales que pide la ley para poder comercializarlos en sus sucursales, entre los que mencionó el Registro Sanitario, viñeta en español, código de barras y descripción de ingredientes entre otros.

Apoya los productos que comercializa en:

- Radio
- TV
- Prensa
- Ofertas/Promociones
- Charlas de Tramontina (desde Brasil)

Entre las marcas que comercializa podemos mencionar la línea de Elledi, Tramontina, Trooper, Herramientas Black and Decker, Stanley y la Revista EL Constructor.

Los departamentos que tienen mayor rotación y participación en sus ventas son:

- Departamento de Construcción
- Dpto. de Papelería
- Dpto. de Productos de la Canasta Básica

Los productos de mayor crecimiento actualmente son la línea de productos del hogar, como cocinas y plantas; además el automotriz. En la categoría de innovación mencionó artículos para el hogar, jardinería y automotriz.

Actualmente la participación de productos salvadoreños en sus ventas es de alrededor del 1%. Están interesados en cualquier producto de alta rotación para su posible comercialización. Se encuentran especialmente interesados en lazos de polipropileno, bolsas plásticas para empaque. También recomienda para el empaque el tipo Blyser y Palet.

Entre las empresas salvadoreñas que actualmente comercializa podemos mencionar:

- IMACASA con sus herramientas.
- GRIVAL, con su línea de grifería desde 1988.

Empresas centroamericanas podemos mencionar:

- Empresa Durman Esquivel de Costa RICA; con sus productos de PVC.
- Empresa Láminas de Zinc de Guatemala, con sus láminas.
- Empresa Láminas de Zinc de Costa Rica, con sus láminas.
- Empresa Láminas de Zinc de Nicaragua, con sus láminas de plywood.

## Distribuidora Solís, S.A. de CV. (DISOL)

<b>SECTOR:</b>	Importador, Distribuidor Mayorista, Minorista / Desarrolladores de Marca
<b>DIRECCIÓN:</b>	Blvd. Del Norte 100 mts. al Oeste del Palenque, San Pedro Sula, Honduras
<b>TELEFONOS:</b>	(504) 551-2083 / 551-2084 / 551-8672 (504) 227-0084 / 227-1120 / 227-0473
<b>FAX:</b>	(504) 551-2711 (San Pedro Sula) (504) 227-4288 (Tegucigalpa)
<b>WEB:</b>	N/A
<b>PERSONA ENTREVISTADA:</b>	Sr. Luis Alonso Solís
<b>CARGO:</b>	Gerente General
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:luis.solis@disol-sa.com">luis.solis@disol-sa.com</a>

DISOL es una empresa que actualmente posee 2 sucursales, una en la capital y otra en San Pedro Sula. Una característica esencial de esta empresa es que ofrece a sus proveedores el apoyo para desarrollar nuevas marcas para su introducción al mercado.

El Gerente General es el Lic. Luis Alonso Solís, quién dirige a 220 colaboradores directos.

Su infraestructura es de 220 mts. Cuadrados de bodega para almacenar producto seco entre sus dos sucursales. Cuenta con 25 vehículos propios y su fuerza de venta consta de 100 vendedores dirigidos por el Sr. Carlos Hernández, Gerente de Negocios ([cehernandez@disol-sa.com](mailto:cehernandez@disol-sa.com)).

Importan, comercializan y distribuyen todo tipo de productos no perecederos, poseen 4,270 ítems en su cartera de venta y entre sus productos se pueden encontrar aceites, salsa de tomate, atún, comida para perro, y otros. Comercializa en los todos los segmentos de venta llámese segmento alto, medio alto, media baja y popular, mayormente medio-alto, apoyado por medio-bajo.

Distribuye sus productos en:

- Supermercados
- Hoteles y restaurantes
- Tiendas de conveniencia
- Mayoristas
- Tiendas
- Cines
- Bares
- Tiendas de departamento

Entre los países desde donde importan podemos mencionar:

- Estados Unidos
- México
- España
- Argentina
- Brasil
- Guatemala
- El Salvador

Importa sus productos generalmente cada 60 días y busca la oportunidad de consolidación de carga. Sus importaciones las hace CIF Tegucigalpa. Sus proveedores le proveen 60 días de crédito y a mayoría de productos que comercializa les agrega el 12 % de IVA y el 15% a licores. Provee a sus clientes 30 días de crédito. La garantía crediticia que ofrece su empresa es de realizar la primera compra de contado y luego se negocia el tiempo.

Su margen de distribución según la categoría del producto es el siguiente: Supermercados 15-20%, Ferreterías 25%, Hoteles y Restaurantes el 300%, Tiendas de Conveniencia 40-50%, Mayoristas 8%, Tiendas, 30-35%, Cines 100%.

Entre los requisitos legales para la distribución comercial mencionó el Registro Sanitario en los productos alimenticios.

Apoya los productos que comercializa en:

- Radio
- TV
- Prensa
- Ofertas/Promociones
- Hojas Volantes
- Artículos Promocionales
- Comercio Electrónico

Entre los clientes de mayor importancia mencionó a Supermercado La Colonia, Supermercado Paiz, Texaco y ESSO.

Los productos que tienen mayor participación y rotación en sus ventas es la Cerverza Miller (CONAGRA), Marsh, Equal, Vinos y cremas.

Ha notado que el segmento de mercado que muestra mayor crecimiento es el sector popular y entre los productos de mayor crecimiento actualmente, mencionó alimentos (CONAGRA) y menciona un decrecimiento en los productos suntuosos ya que nos informa que los productos más caros tienen un movimiento bien lento. Según su criterio, el desabastecimiento y mala comunicación con el proveedor son motivos para discontinuar la importación de un producto.

Actualmente su participación de productos salvadoreños anda alrededor del 1%, esta interesado en cualquier producto no perecedero y de alta rotación, se encuentra especialmente interesado en productos de ferretería, productos de mayoreo popular, yogurts.

Nos informa que entre los productos difíciles de obtener en plaza se encuentra los productos desechables (ha estado negociando con Plásticos Industriales y Termoformados, cotizando cucharas, cuchillos, depósitos de comida).

Entre las empresas salvadoreñas con las que actualmente comercializa podemos mencionar: a Sabores Cosco, con su línea de saborizantes, esencias, gelatinas y crema Yantili (desde 2004).

Entre las empresas Centroamericanas con que comercializan están: Empresa Grupo Alza, con sus alimentos para aves, aceitunas, semillas y garbanzos (desde 2004).

## **Agencia Barrett**

<b>SECTOR:</b>	Importador, Distribuidor Mayorista
<b>DIRECCIÓN:</b>	2 Kms. al este del Estadio Olímpico, contiguo oficinas de Azucarera Chumbagua, San Pedro Sula, Honduras  Apto. Postal No. 516, Tegucigalpa, Honduras
<b>TELEFONOS:</b>	(504) 559-2124 / 559-8270 (San Pedro Sula) (504) 236-6478 (Tegucigalpa)
<b>FAX:</b>	(504) 559-2124 (San Pedro Sula)
<b>WEB:</b>	<a href="http://www.barrett.hn">www.barrett.hn</a>
<b>PERSONA ENTREVISTADA:</b>	Lic. Reynaldo Yáñez
<b>CARGO:</b>	Gerente de Comercialización
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:superventas_age@barrett.hn">superventas_age@barrett.hn</a>

Agencia Barrett es una empresa familiar fundada en 1920. Tiene dos sucursales, una en la capital y la otra en San Pedro Sula, siendo ésta la de mayor venta. Su Gerente General es el Lic. Edwin Mayer Rosenthal, quién dirige a 300 colaboradores directos.

Cuenta con 10 vehículos propios y su fuerza de venta consta de 21 vendedores dirigidos por el Lic. Reynaldo Yames

Importa, comercializa y distribuye todo tipo de productos seco, poseen 25 marcas, entre las cuales podemos mencionar a Gerber, Derbez, BADIA, Blanco Sol (cloro), así como también productos de otras empresas. Comercializa en los todos los segmentos, desde alto, medio alto, medio bajo y popular.

Distribuye sus productos en:

- Supermercados
- Hoteles y restaurantes
- Tiendas de conveniencia
- Mayoristas

Entre los países desde donde importan podemos mencionar:

- Estados Unidos
- El Salvador
- España
- Costa Rica

Compra producto para 2 meses de inventario, generalmente cada 30 días en cajas, pallets o furgones. Sus importaciones las hace CIF San Pedro Sula, FOB y van a traer a la frontera. Sus proveedores le otorgan 60 días de crédito ya que no trabajan con menos tiempo de crédito. La mayoría de productos que comercializa les agrega el 12 % de IVA y menos al cloro que es exento de impuesto como todos los productos de la canasta básica. Provee a sus clientes 30 días de crédito.

Su margen de distribución según la categoría del producto seco el mínimo es de un 25% y el margen que aplica actualmente al canal final es el siguiente:

- Supermercados Junior 13-30%
- Tiendas de Conveniencia 20%
- Mayoristas 5-15%
- Tiendas, 10%.

Apoya los productos que comercializa mediante:

- Radio
- TV
- Prensa
- Ofertas/Promociones
- Degustaciones
- Artículos Promocionales
- Clave

Entre los clientes de mayor importancia están los mayoristas Sr. Guillermo Noriega, Supermercados Junior, La Fragua, ESSO, Texaco, Hotel Princess, Hotel Intercontinental, además de restaurantes.

Los productos que tienen mayor participación en sus ventas son los productos de las marcas Gerber y Herdez, además de escobas, mechas y sandalias. Menciona como los de mayor rotación a las sandalias, productos Gerber, mechas, cloro y néctares.

Se encuentran en el proceso de registro de marca propia.

Ha notado que el segmento de mercado que muestra mayor crecimiento son los autoservicios y entre los productos de mayor crecimiento, mencionó los productos Gerber y Herdez. Menciona un decrecimiento en el segmento de farmacias y licores y ve a las Maxi Bodegas Paiz como un segmento innovador. Considera que para discontinuar un producto sea por el rechazo de mercado, mala calidad y un mal margen.

Tiene muy buen concepto de los productos salvadoreños, por lo que actualmente su participación anda alrededor del 15% de sus ventas. Esta interesado en producto tanto perecedero como no perecedero y de alta rotación, se encuentra especialmente interesado en productos Del Monte (jugos), concentrado para perros, productos enlatados, plásticos (recipientes), escobas, miel.

Nos informa que entre los productos difíciles de obtener en plaza se encuentra los productos desechables (ha estado negociando con Plásticos Industriales y Termoformados, cotizando cucharas, cuchillos, depósitos de comida).

Solicita 60 días de crédito y entre las garantías crediticias que proporciona su empresa menciona que las que el proveedor requiera: fianza bancaria ó carta de crédito.. En control de calidad requiere BPM y entre de los requisitos legales que su país exige tales como:

- Registros sanitarios
- Registro de etiquetado
- Código de barra
- Buen empaque para alimentos empacados al vacío

Entre las empresas salvadoreñas con que actualmente comercializan podemos mencionar:

- Multiplastic, con sus escobas desde el 2002.
- Velas San Antonio, con velas desde 2000.

Entre las Centroamericanas está Novartis de Costa Rica, con sus productos Gerber e Irex desde 1995.

## IMACASA - Honduras

<b>SECTOR:</b>	Importador, Distribuidor Mayorista - Minorista
<b>DIRECCIÓN:</b>	16 Calle 3-4 Ave. Sur Oeste, Barrio Paz Barahona, San Pedro Sula, Honduras
<b>TELEFONOS:</b>	(504) 557-3055 / 1953
<b>FAX:</b>	(504) 557-3055
<b>WEB:</b>	<a href="http://www.imacasa.com">www.imacasa.com</a>
<b>PERSONA ENTREVISTADA:</b>	Lic. Eduardo Magaña
<b>CARGO:</b>	Gerente General
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:emagana@imacasa.com">emagana@imacasa.com</a>

IMACASA es una empresa salvadoreña, que estableció sus oficinas en Honduras en 1998, es muy conocida por la elaboración de herramientas de trabajo agrícola, utensilios para la cocina, entre otros productos.

Actualmente su Gerente General el Lic. Eduardo Magaña, dirige a 12 entre los cuales 5 de ellos son su fuerza de venta.

En su infraestructura, cuenta con 400 mts. Cuadrados y arriendan 2 vehículos semanales para distribución en San Pedro Sula.

Status Comercial: Importador, Distribuidor Mayorista - Minorista.

Importa, comercializa y distribuye todo no perecedero, posee 350 ítems en su cartera, y entre las marcas podemos mencionar IMACASA, CORINCA y PROTECNO.

Comercializa en los todos los segmentos de venta llámese segmento alto, medio alto, media baja y popular.

Distribuye sus productos en:

- Ferreterías
- Agroservicios
- Bodegas en general
- Mayoristas

El país desde donde importan más producto es El Salvador. Importa sus productos cada 15 días en cajas. Con IMACASA trabaja CIF y con PROTECNO Y CORINCA FOB San Pedro Sula. Sus proveedores le otorgan más 60 días de crédito. Provee a sus clientes generalmente 30 días de crédito a ferreterías pequeñas y 60 días a mayoristas. Los productos agrícolas que representa se encuentran exentos de impuestos. Su margen de distribución según la categoría del producto el mínimo esta entre un 20 - 25%. El margen que aplica actualmente al canal final es el siguiente: Ferreterías 20 - 30% y mayoristas 20%.

Apoya los productos que comercializa en:

- Radio
- Vallas Publicitarias
- Puntos de Venta

Entre los clientes de mayor importancia están los Almacén Honduras con machetes y hachas, DIAGROCOR con herramientas agrícolas, DIRECON con herramientas agrícolas y productos de jardinería, Industrial Ferretera con herramientas agrícolas.

Los productos que tienen mayor participación y rotación en sus ventas son los machetes, palas, lima, carreterillas, piochas y barras.

Ha notado que el segmento de mercado que muestra mayor crecimiento son las ferreterías pequeñas del segmento popular. Menciona un decrecimiento entre los agro servicios y considera innovador ofrecer sus servicios en supermercados y autoservicios.

Entre los productos que distribuyen, el de mayor crecimiento es el machete y como producto innovador se ha introducido las cuchillas para máquinas cortadoras de caña.

Los productos que comercializan un 100% de productos salvadoreños ya que son de una excelente calidad. Actualmente están interesados en productos tales como la vaina para machete, nylon para máquina cortadora de grama, material eléctrico y mangos de madera para pala.

Nos informa que entre los productos difíciles de obtener en plaza están los mangos de madera para pala.

De los requisitos para distribuir productos IMACASA es que vendas otras marcas. Entre las garantías crediticias que esta empresa trabaja es a través de carta de crédito.

## Grupo Casa

<b>SECTOR:</b>	Productor y distribuidor de sus propios productos
<b>DIRECCIÓN:</b>	150 mts. Al sur del Seguro Social, San Pedro Sula, Honduras
<b>TELEFONOS:</b>	(504) 551-3780 / 551-3782 / 551-3783
<b>FAX:</b>	N/A
<b>WEB:</b>	N/A
<b>PERSONA ENTREVISTADA:</b>	Sr. Luis Ernesto Cardona
<b>CARGO:</b>	Gerente General
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:lcardona@123.hn">lcardona@123.hn</a>

Grupo Casa es una empresa especializada en maquilar comida para hospitales y batallones. Dicha empresa fue fundada en 1990 y actualmente tiene 2 sucursales, una en Tegucigalpa y la segunda en San Pedro Sula, su Gerente General es el Sr. Luis Cardona.

En la infraestructura cuenta con por sucursal con 3,000 metros cuadrados para almacenar producto seco y posee un furgón de 40 pies para producto congelado. El número total de colaboradores es de 20, los cuales 5 personas pertenecen a su fuerza de ventas

Distribuye sus productos en:

- Restaurantes
- Hospitales
- Batallones

Comercializa producto tanto perecedero como no perecedero y los segmentos de venta que se dirige es el medio, media baja y popular. Actualmente su cartera de ítems es de 30, entre algunas tiene arroz, frijol y pastas. Además distribuye productos de otras empresas. Prefiere trabajar CIF San Pedro Sula y usualmente compra en camiones cada 30 días. Su proveedor le otorga 45 días de crédito y dicha empresa a sus clientes les otorga 45 días de crédito. No le carga impuesto ya que son de la canasta básica.

Nos informa que no exige a sus clientes términos monetarios de ningún valor para iniciar la comercialización de sus productos, pero para distribuir productos requiere que estos tengan el BPM como estándares de calidad.

Su margen de distribución según la categoría del producto seco el mínimo es de un 20 y en producto congelado un 30% y el margen que aplica actualmente al canal final es el siguiente:

- Supermercados de un 30 a 35%
- Mayoristas un 15%
- Pulperías un 10%

Los requisitos mencionados para la importación de alimentos fueron:

- Registro Sanitario
- Registros de etiquetado

Entre los clientes de mayor importancia están el Hospital del Seguro Social, Batallones y Centro Penales.

Los productos que tienen mayor participación y rotación en sus ventas son los productos de la canasta básica. Tienen muy buen concepto de los productos salvadoreños. Están interesados en producto perecedero como no perecedero.

Entre las empresas salvadoreñas que actualmente comercializa podemos mencionar a Crío Inversiones con pupusas y tamales desde el 2002, y a Promotora Cinco con encurtidos desde el 2003. La empresa Centroamericana con la cual han tenido experiencia de negocios es Camas presurizadas para transporte de alimentos (Costa Rica).

## Distribuidora del Corral

<b>SECTOR:</b>	Productor y distribuidor de carnes
<b>DIRECCIÓN:</b>	Col Ciudad Nueva 25 y 27 Calle, 7ª. Ave., Sector Sur Este, San Pedro Sula, Honduras
<b>TELEFONOS:</b>	(504) 559-2311
<b>FAX:</b>	N/A
<b>WEB:</b>	N/A
<b>PERSONA ENTREVISTADA:</b>	Sr. Mauro Arita
<b>CARGO:</b>	Gerente General
<b>EMAIL:</b>	N/A

Distribuidora del Corral es la empresa encargada de la comercialización de carnes y derivados del matadero del mismo nombre. Empresa en proceso de diversificar su gama de productos, actualmente se encuentran desarrollando una línea de embutidos y carnes marinadas, para así potenciar su ganadería.

En su infraestructura cuenta actualmente con 250 pies cúbicos y tienen en proceso de construcción nuevas instalaciones. Su flotilla es de 4 motocicletas en labor de previa venta y 4 vehículos en distribución. El número total de colaboradores es de 10, de los cuales 8 personas pertenecen a su fuerza de ventas

Distribuye sus productos en los siguientes departamentos de Honduras:

- Cortés
- Santa Bárbara
- Copán

Los segmentos comercializadores utilizados son:

- Supermercados
- Restaurantes
- Mayoristas
- Pulperías
- Merenderos
- Comedores
- Institucionales (maquilas y cafeterías de empresas)
- Punto de venta propio "Del Corral"

Comercializa sus carnes y los segmentos de venta que se dirige es el popular, medio, medio alto y alto, dado a la diversidad de sus cortes. Posee actualmente, unos 10 cortes de las principales carnes que se consumen, pollo, res y cerdo. Su proveedor le otorga 15 días de crédito y dicha empresa a la mayoría de sus clientes les otorga a la mayoría 15 días de crédito y a los supermercados alrededor de 45 días. Las carnes están exentas de IVA ya que son parte de la canasta básica.

Nos informa que no exige a sus clientes términos monetarios de ningún valor para iniciar la comercialización de sus productos, pero para distribuir productos requiere que estos tengan un alto estándar de calidad.

Su margen de distribución según la categoría del producto es de un 20-30% para la distribución y el margen que aplica actualmente al canal final es el siguiente:

- Supermercados 15-30%
- Mayoristas 10-15%
- Pulperías un 15-20%

Mencionaron los siguientes requisitos para la importación de productos alimenticios:

- Registro Sanitario
- Información de etiquetado

Entre los clientes de mayor importancia están el Supermercados Del Corral, pulperías y hoteles de la Costa Atlántica.

Tienen muy buen concepto de los productos salvadoreños. Están interesados en jugos y bebidas azucaradas para el segmento popular, bebidas deshidratadas y productos encurtidos, siendo su mayor fortaleza es segmento popular.

Se encuentran interesados en un distribuidor para sus productos fuera de Honduras.

## **Ferretería El Maestro**

<b>SECTOR:</b>	Ferretería y distribuidor mayorista
<b>DIRECCIÓN:</b>	Col. Villanueva, calle principal, 2 cuadras arriba de campo de fútbol Larach salida a Danlí (Atrás de Villas del Sol), Tegucigalpa, Honduras
<b>TELEFONOS:</b>	(504) 228-0695 / 230-6280
<b>FAX:</b>	(504) 230-4643
<b>WEB:</b>	N/A
<b>PERSONA ENTREVISTADA:</b>	Lic. José Rodolfo Flores
<b>CARGO:</b>	Gerente General
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:femasa2001@hotmail.com">femasa2001@hotmail.com</a>

Ferretería El Maestro es una distribuidora de la ciudad de Tegucigalpa que posee 20 distribuidores mayoristas a nivel nacional así como 3 puntos de venta propios. Distribuyen productos importados. Su cobertura comercial incluye 3 puntos de venta propios en la capital, distribuidos de la siguiente manera:

- Comercial Tegucigalpa
- Colonia Kennedy
- Bulevar Centroamérica

Actualmente importa productos tales como hierro en todas sus presentaciones comerciales, cerámica, láminas de zinc y clavos.

Están muy interesados en la comercialización de productos salvadoreños, entre los que podemos mencionar: Grifería, poliducto y llavines.

## Alimentos y especies de R.L

<b>SECTOR:</b>	Productor y distribuidor de sus propios productos
<b>DIRECCIÓN:</b>	Col. 21 de Octubre, Tegucigalpa, Honduras. Apto.20297, Comayagua
<b>TELEFONOS:</b>	(504) 236-5260 / 221-3864 / 221-0399
<b>FAX:</b>	(504) 221-2479
<b>WEB:</b>	N/A
<b>PERSONA ENTREVISTADA:</b>	Sr. Álvaro Vigil Mena
<b>CARGO:</b>	Gerente General
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:labuenacocina@hotmail.com">labuenacocina@hotmail.com</a>

Alimentos y especias S de R.L fue fundada en el año de 1985. Su presidente y propietario es el Lic. Álvaro Vigil. Distribuye actualmente productos secos. Su área de bodegaje es de 500 metros cuadrados y su número de empleados totales suman 25. Su fuerza de ventas la componen 10 colaboradores y cuentan con 3 vehículos repartidores. Tienen una cobertura a nivel nacional dada a las alianzas con distribuidores mayoristas del interior del país.

Entre sus departamentos de mayor venta nos mencionó Tegucigalpa y la parte Norte de Honduras.

Sus productos se comercializan actualmente en:

- Supermercados
- Restaurantes
- Tiendas de conveniencia
- Mayoristas

Comercializa producto perecedero seco y los segmentos de venta que se dirige a todos los segmentos debido a sus productos (especies). Actualmente su cartera de venta posee 30 ítems, siendo su gran mayoría todo tipo de especies en sus diferentes presentaciones. Actualmente sus proveedores son nacionales. Su proveedor le otorga 30 días de crédito y dicha empresa a sus clientes les otorga 45-60 días de crédito. El impuesto es el 12% del IVA, (a los que no son incluidos en la canasta básica.)

Nos comenta que no exige a sus clientes términos monetarios de ningún valor para iniciar la comercialización de sus productos, pero para distribuir productos mientras mayor sean las garantías de procesos y fabricación mejor será su venta.

Posee marca propia llamada LA BUENA COCINA

Los productos que tienen mayor participación en sus ventas son los productos de la canasta básica y los que tienen mayor rotación, dependiendo del menú que se ofrezca.

Tiene muy buen concepto de los productos salvadoreños, Esta interesado en producto tanto perecedero como no perecedero.

#### **4.5. Conclusiones y recomendaciones:**

Honduras es nuestro segundo socio comercial, situado a 6 horas de camino por tierra entre capitales, y de cultura y gustos muy similares a los nuestros.

En Honduras hay dos mercados igualmente importantes y separados el uno del otro: Tegucigalpa, la ciudad capital; y San Pedro Sula, en donde se concentra el movimiento industrial y económico. San Pedro Sula tiene además la ventaja de su cercanía con la costa Atlántica, lo que favorece el abastecimiento al transporte marítimo; además de convertirse en proveedor para la costa Atlántica Hondureña.

Tegucigalpa es la sede de importantes supermercados como La Colonia (líder en ventas local), Pricemart, Supertienda Paiz y Supermercado Más por Menos (especializados en productos de importación). En San Pedro Sula las principales cadenas de supermercados son Supertienda Paiz, Supermercado Junior y Supermercado La Colonia.

La Corporación CARHCO (Supertiendas Paiz) además posee un concepto de tiendas para el sector popular llamado Supertienda PAICO; de las cuales están ya cuatro en funcionamiento y otras cuatro serán abiertas a corto plazo; las cuales están situadas tanto en las dos ciudades principales como en el interior del país.

Las empresas distribuidoras que mostraron mayor interés en la comercialización de productos salvadoreños son:

- ✓ Tegucigalpa Distribuidora Petardo, Supermercados Más por Menos, Ferretería El Maestro.
- ✓ San Pedro Sula son: DISOL (Distribuidora Solís), COMERSA (Compañía Comercial S.A.) y Agencia Barrett. Cabe hacer mención que las distribuidoras de ambas ciudades tienen cobertura a nivel nacional.

#### **4.6. Contactos de interés:**

- Secretaría de Industria y Comercio: [www.sic.gob.hn](http://www.sic.gob.hn)
- Banco Central de Honduras: [www.bch.hn](http://www.bch.hn)
- Secretaría de Agricultura y Ganadería: [www.sag.gob.hn](http://www.sag.gob.hn)
- FIDE: [www.hondurasinfo.hn](http://www.hondurasinfo.hn)
- Secretaría de Integración Centroamericana: [www.sieca.org.gt](http://www.sieca.org.gt)
- Programa de Competitividad: [www.hondurascompite.com](http://www.hondurascompite.com)
- Presidencia de la República de Honduras: [www.casapresidencial.hn](http://www.casapresidencial.hn)
- Dirección Ejecutiva de Ingresos: [www.dei.gob.hn](http://www.dei.gob.hn)
- Consejo Hondureño de Ciencia y Tecnología: [www.cohcit.gob.hn](http://www.cohcit.gob.hn)
- Programa para El Desarrollo de las Naciones Unidas:
- Bases para licitaciones del Gobierno: [www.undp.un.hn/licitaciones.htm](http://www.undp.un.hn/licitaciones.htm)
- (Proyectos de salud y telecomunicaciones)
- Los Micos Resort: [www.losmicosresort.com](http://www.losmicosresort.com)
- Información turística de Honduras: [www.letsghonduras.com](http://www.letsghonduras.com)
- Leyes hondureñas: [www.leyesvirtuales.com](http://www.leyesvirtuales.com)
- Constitución de la República: [www.leyesvirtuales.com/constituciones.asp](http://www.leyesvirtuales.com/constituciones.asp)

**4.7. Anexos:**

- Directorio Empresarial Cámara de Comercio e Industria de Tegucigalpa
- Directorio Empresarial Cámara de Comercio e Industria de Cortés
- Directorio Empresarial AMCHAM (Cámara Americana de Comercio)
- Directorio de exportadores FIDE
- Procedimiento Para la Aplicación del Reconocimiento Mutuo de los Registros Sanitarios de Alimentos y Bebidas Procesadas



<b>Exportaciones FOB por productos / Miles de Dólares</b>			
	2001	2002	2003
<b>Café</b>	104,909.20	82,306.50	79,456.20
<b>Ajonjolí</b>	2,357.30	1,869.00	2,250.00
<b>Azúcar</b>	49,108.00	35,307.60	34,853.20
<b>Melaza</b>	542.30	225.00	250.00
<b>Carne</b>	65,612.90	76,074.60	85,357.60
<b>Camarón</b>	38,002.30	33,001.90	36,672.00
<b>Langosta</b>	37,815.10	44,010.50	46,081.60
<b>Banano</b>	11,589.60	11,275.00	12,994.00
<b>Oro</b>	29,877.10	36,542.10	37,467.60
<b>Plata</b>	357.30	297.60	310.20
<b>Subtotal Tradicionales</b>	340,171.20	320,909.90	335,692.30
Productos Agropecuarios	94,146.90	99,500.00	97,500.00
Productos Pesqueros	11,572.50	10,800.00	11,766.00
a. Productos Manufacturados	146,464.40	158,828.10	178,985.20
a.1 Manufacturados	146,401.70	158,384.60	178,890.00
a.2 Mineros	62.60	443.50	95.20
<b>Subtotal No Tradicionales</b>	252,183.70	261,128.10	288,251.20
<b>Total General</b>	592,354.90	582,038.00	623,943.50
Fuente: BCN,DGA,MEDE-PESCA,CNPA Y PROBANICSA			

<b>Importaciones CIF por País / Millones de Dólares</b>				
<b>Concepto</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>
<b>Total</b>	<b>1861.7</b>	<b>1800</b>	<b>1788.5</b>	<b>1689.7</b>
<b>I. America</b>	<b>1582.8</b>	<b>1504.6</b>	<b>1461.1</b>	<b>1270.7</b>
America del Norte	728.8	575.1	641.2	564.6
Canadá	20.8	21.4	26.4	19.4
Estados Unidos	631.1	448.3	490.5	440.2
México	76.9	75.4	124.3	105
<b>América Central</b>	<b>529.1</b>	<b>522.2</b>	<b>477.6</b>	<b>394.9</b>
Costa Rica	211	209.4	191.5	152.7
El Salvador	101.5	127	112.8	98
Guatemala	135.7	154	146.6	135
Honduras	80.9	31.8	26.7	9.2
<b>Resto de América Latina y El Caribe</b>	<b>324.9</b>	<b>407.3</b>	<b>342.3</b>	<b>311.2</b>
Argentina	5.2	4.2	5.2	5.7
Chile	4.6	11.7	7.3	9.1
Colombia	11.3	4.1	8.5	6.7
Cuba	1	1.7	0.7	0.4
Ecuador	14.8	17.5	15.7	15.3
Panamá	131.6	127.2	67.9	19.1
Puerto Rico	5	1.8	0.9	1.3
República Dominicana	1.4	1.3	1.5	1.5
Venezuela	128.7	197.5	192.4	190.2

Otros	21.3	40.9	42.2	61.9
<b>II. Europa</b>	<b>108.9</b>	<b>111.4</b>	<b>146.9</b>	<b>162.7</b>
<b>Unión Europea</b>	<b>87.6</b>	<b>88.5</b>	<b>108.6</b>	<b>132.2</b>
Alemania	28	29.9	36.6	35.5
Bélgica	6.3	10.2	8.4	4.9
España	17	18.1	24.3	31.1
Finlandia	0.4	0.2	0.4	0.3
Francia	11.4	0.8	10.6	9.6
Gran Bretaña	3	3.5	4.4	6.5
Holanda	5.6	11.3	4.5	4.8
Italia	10.5	9	10.4	11.2
Suecia	1.7	1.4	4.3	23.2
Otros	3.7	4	4.7	5.1
<b>Resto de Europa</b>	<b>20.5</b>	<b>22.9</b>	<b>38.3</b>	<b>30.5</b>
Noruega	3.4	2.1	0.6	0.2
Suiza	2.4	1.6	8.3	6.5
Otros	14.7	19.2	29.4	23.8
<b>III. Asia</b>	<b>167.2</b>	<b>171.2</b>	<b>165.2</b>	<b>229.9</b>
China (Taiwan)	7.7	8.8	14.3	21.2
Japón	98.9	107.3	73.3	90.2
Otros	60.6	55.1	77.6	118.5
<b>IV. Resto del Mundo</b>	<b>3.6</b>	<b>12.8</b>	<b>15.3</b>	<b>26.4</b>
<b>Fuente: BCN, DGA, CONICAFE, AD-PESCA, PROBANICSA</b>				

<b>Importaciones por Producto</b>			
<b>MILLONES DE DOLARES</b>			
<b>Productos</b>	<b>Años</b>		<b>Tasa de Crecimiento %</b>
	2003	2004	
Petróleo crudo	193.5	236,2	22.1
Productos farmacéuticos	137.7	158,9	15.4
Diesel oil	59.2	103,1	74.3
Vehículos de todo tipo	87.9	99,9	13.7
Televisores, DVD, radios, etc.	66	73,9	12
Gasolina	29.5	51,7	75.1
Productos laminados planos de hierro o acero	32.5	32,5	27
Arroz en granza	18.1	34,5	90.6
Aceite comestible de palma	18.7	21,7	16.2
Trigo	19.1	19,0	-0.5
Barras de hierro o acero	10.3	18,3	78.5
Jabones	17	17,3	1.6
Alimentos para ganado, aves	11.3	15,7	38.9
Cigarrillos	9.7	14,2	45.4
Maíz amarillo	11.4	13,9	21.9
Productos cerámicos	10	13,7	36.7
Concentrados para la elaboración de gaseosa	15.8	15,8	-13.3
Urea	10.8	13,6	26.1
Productos a base de cereales	11.5	13,2	14.6
Aceites y grasas lubricantes	10.3	13,2	28.1
Bunker	26.1	12,9	-50.8
Aceite en bruto de soya	12.1	12,1	-0.4
Herbicidas	10.9	12,0	9.6
Cementos sin pulverizar	4.2	11,1	162.3
<b>SubTotal</b>	<b>815.8</b>	<b>1.034,8</b>	<b>26.9</b>
<b>Total Importaciones</b>	<b>1905.5</b>	<b>251,2</b>	<b>18.1</b>
Elaborado por la Dirección de Política Comercial Externa (MIFIC)			
Fuente: Dirección General de Aduana (DGA)			

#### 5.4. Perfiles Empresariales

##### **Alke Nicaragua S.A.**

<b>SECTOR:</b>	Ferretero / Distribuidor Mayorista / Importador
<b>DIRECCIÓN:</b>	Puente León, 1 ½ cuadra arriba, Managua
<b>TELEFONOS:</b>	(505) 266-0644 / 266-6788
<b>FAX:</b>	(505) 266-6606
<b>WEB:</b>	N/A
<b>PERSONA ENTREVISTADA:</b>	Sr. Miguel Cuadrado
<b>CARGO:</b>	Propietaria y Gerente General
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:info@alke.com.ni">info@alke.com.ni</a>

Alke Nicaragua S.A. es una empresa líder en la rama de ferreterías como en productos diversos para el hogar. Separando sus tiendas por clasificación de ferretería u hogar, Grupo Alke es líder en Nicaragua en su género.

Empresa de tipo familiar fundada en 1972 por los hermanos Miguel y Francisco Cuadra, Grupo Alke se ha especializado en importar marcas reconocidas como Tramontina, Luminarc y Phillips entre otras, constando su cartera de productos con más de 9000 ítems.

La actividad primordial es importar desde países tales como Brasil, Francia, Estados Unidos, China y México; y distribuir al por mayor a través de tiendas propias así como a otros almacenes de departamentos. En casos aislados distribuye al detalle, como por ejemplo en el caso de su línea de cristalería.

Su infraestructura consta de 1600 metros cuadrados de bodega para almacenar producto seco y no perecedero. Cuenta con 2 vehículos propios. Actualmente emplea a 60 personas entre sus tres tiendas. Su mercado es dirigido casi exclusivamente para Managua.

El Gerente de Comercialización es el mismo Sr. Miguel Cuadrado, quien tiene en su fuerza de ventas a 40 colaboradores.

Grupo Alke vende una amplia gama de ítems, desde herramientas agrícolas hasta cristalería. Todos sus productos, con excepción de algunas herramientas agrícolas, están sujetos a un 15% de impuesto al valor agregado. Continuamente ofrecen apoyo a sus productos a través de radio y prensa, y ocasionalmente ofrecen artículos promocionales.

Con respecto a los estándares de calidad, Grupo Alke no exige que el productor presente constancia de ISO o similar, pues expresan sus propietarios que la mayoría de marcas que representan tienen un nombre internacional bien cimentado. Para productos que aún necesitan hacerse de nombre, únicamente solicitan muestras del mismo para evaluar su calidad.

Entre sus clientes podemos mencionar a Corporación de Supermercados Unidos, Mantica (Súper La Colonia), ferreterías pequeñas y el Hotel Intercontinental, a quienes suplen su línea de cristalería y enseres de su denominada *Food Service*.

Grupo Alke recibe un promedio de 60 días crédito (o más) para sus importaciones por parte de sus proveedores, y prefieren trabajar en condiciones de pago CIF. El promedio de su cartera de crédito a clientes es de 30 días.

Entre los ítems de mayor rotación podemos identificar herramientas agrícolas, herramientas mecánicas, accesorios sanitarios y cerraduras. Los artículos para el hogar constituyen gran parte de la participación para el negocio global.

Debido al alza en turismo (así expresado por sus propietarios), Grupo Alke ha observado que en el mercado hay un aumento en la demanda por productos gastronómicos, y a causa de que la construcción en general se ha acrecentado, sus productos de ferretería han experimentado un alza en ventas.

Su margen de distribución ronda arriba del 25% para producto seco y no perecedero. Los márgenes que le aplican sus canales de venta finales son: supermercados y almacenes 25%, ferreterías 15-20%, tiendas de conveniencia 25-30% y mayoristas 10-15%.

Grupo Alke atiende un mercado que abarca clase alta, media alta y media; observando un crecimiento en la capacidad de compra de la clase media últimamente. También atiende, aunque en menor escala, a los sectores populares, proveyendo artículos como machetes y similares.

Aunque en la actualidad Grupo Alke no tiene planes de expandirse a otros países, si están interesados en comercializar productos Salvadoreños, a los cuales califican como de calidad buena.

## Contesa S.A.

<b>SECTOR:</b>	Importador / Distribuidor Mayorista
<b>DIRECCIÓN:</b>	Rotonda del Periodista, 150 metros al sur, edificio Contesa, apartado postal 1452
<b>TELEFONOS:</b>	(505) 270-5005
<b>FAX:</b>	(505) 270-5232
<b>WEB:</b>	<a href="http://www.discontesa.com">www.discontesa.com</a>
<b>PERSONA ENTREVISTADA</b>	Eduardo De La Jara
<b>CARGO:</b>	Gerente General
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:gcontesa@cablenet.com.ni">gcontesa@cablenet.com.ni</a>

Contesa es una empresa especializada en la importación y distribución de productos secos y no perecederos, que cuenta con una cartera de 500 ítems.

Fundada en el año 2000, Contesa enfoca su fuerza de ventas hacia todos los sectores, desde clase alta hasta baja.

Contesa cuenta con una bodega de 1500 metros cuadrados, y emplea en la actualidad a 65 personas, 35 de las cuales están en fuerza de ventas, atendiendo una cobertura geográfica del país entero. Para esto cuenta con 6 vehículos repartidores propios. El gerente de comercialización encargado es el Señor Dany Pocoslo.

Entre las marcas que representan podemos identificar algunas como Nugget, Hunt's & VO-5; provenientes de países como Estados Unidos, Brasil, España, Costa Rica, Guatemala y México.

Actualmente atienden el siguiente segmento comercializador: supermercados, mayoristas, tiendas, mini super y hacen labores de mayoreo directo.

Contesa importa con una frecuencia estimada de 30 días como promedio, y prefiere FOB como condición de pago. Contesa goza de 60 días crédito de parte de sus proveedores, y a su vez otorga entre 50 a 55 días crédito a sus clientes. Toda su gama de productos, con excepción de los aceites, jabón y desodorantes; están sujetos a un 15% de impuesto al valor agregado. Contesa requiere que los productos a distribuir cuenten con un estándar de calidad, sea éste BMP, HACCP ó similar.

Para fortalecer sus productos, Contesa hace uso de prensa, artículos promocionales, degustaciones, ofertas y promociones.

Podemos mencionar entre sus principales clientes a: Corporación de Supermercados Unidos, Supermercado La Colonia, Mercado Oriental y a Mini súper de Chinandega. Los productos que en la actualidad representan tanto mejor rotación como participación en ventas son la línea Nugget, Brasso, cosméticos en general, shampoo VO-5, ambientadores Wizzard (considerados innovadores por la empresa) y salsa de tomate Hunt's.

Acorde a observaciones de la empresa, los supermercados han experimentado un crecimiento en ventas de sus productos, a la vez que el Mercado Oriental ha sufrido un baja en el mismo campo. Consideran que Palf es una empresa innovadora por medio de la cual vender sus productos.

Contesa toma muy en cuenta los siguientes aspectos para dar de baja un producto: precio no competitivo, mal empaque, mala calidad, rechazo del mercado y competencia desleal, todo esto repercutiendo en bajas ventas.

Sobre los productos salvadoreños, Contesa los califica de muy buenos, aun cuando no tienen experiencia comercializando los mismos. Ante la posibilidad de distribuir productos salvadoreños, Contesa se muestra muy interesada, siempre y cuando se trate de productos secos y no perecederos. Especial interés tienen en poder obtener galletas, alimentos en general y escobas. Contesa importa entre otras de las siguientes empresas y países: Mercantil de Alimentos (enlatados – Costa Rica) y Reckitt (químicos para limpieza – Guatemala). Detalles importantes para poder ingresar productos alimenticios a Nicaragua son el Registro sanitario y el permiso de libre venta.

Acorde a cálculos proporcionados por Contesa, en caso de distribuir productos salvadoreños aplicarían entre un 20 a 25% de margen a los mismos. Nos informan que en la actualidad sus canales de venta finales aplican un margen como se detalla: supermercados 25%, tiendas de conveniencia 25%, mayoristas 10 a 15%, mini súper 30% y tiendas detallistas entre 20 y 30%.

Contesa no tiene intención de expandir sus ventas hacia Centro América, pero sí recalcó su interés en la posible distribución de nuestros productos.

## DIRECSA

<b>SECTOR:</b>	Distribuidor Mayorista / Importador / Exportador
<b>DIRECCIÓN:</b>	Inst. Ramírez Goyena, 1 c. abajo, 1 c. al sur, complejo industrial ULSA
<b>TELEFONOS:</b>	(505)268-2224
<b>FAX:</b>	N/A
<b>WEB:</b>	N/A
<b>PERSONA ENTREVISTADA:</b>	Lic. Omar Salazar
<b>CARGO:</b>	Gerente General
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:direcsa@cablenet.com.ni">direcsa@cablenet.com.ni</a>

Direcsa, empresa distribuidora mayorista de productos secos, tanto perecederos como no perecederos; fundada en el año 2004, es relativamente nueva en el mercado, pero ya abastecen el territorio nacional completo con sus productos. Acorde a datos suministrados por su Gerente General, el Licenciado Omar Salazar, Direcsa cubre todos los sectores del mercado, desde clase alta a baja.

Direcsa cuenta con 17 empleados, 5 de los cuales se dedican exclusivamente a ventas. Además poseen 450 metros cuadrados de bodega para producto seco, desde donde sus 3 vehículos repartidores propios cargan el producto. Ocasionalmente arriendan vehículos repartidores extra para las labores de reparto.

Según las palabras del Licenciado Salazar, Direcsa es una empresa distribuidora mayorista, importadora y exportadora en el caso de materias primas para concentrados (productos palatizados, El Salvador & Guatemala)

Actualmente Direcsa cuenta con una cartera de 26 ítems, todos son producto seco. Algunos de éstos son Harimasa, papel aluminio, alimentos concentrados, sal refinada, desodorantes ambientales, sardinas y otros. El segmento comercializador son en su mayoría supermercados, distribuidores mayoristas, tiendas detallistas, mercados y mini súper.

Los productos distribuidos son importados de varios países, incluyendo El Salvador, China, Estados Unidos, Costa Rica y Ecuador; la empresa prefiere FOB como condición de pago. Direcsa importa generalmente furgones de 48 pies, con una frecuencia que varía acorde al producto suministrado; en el caso de la harina, reciben entre 10 y 15 furgones al mes. Un dato interesante es que Direcsa compra *en efectivo*, y otorga a sus clientes hasta 30 días de crédito.

Los productos distribuidos por Direcsa están sujetos a un 15% de impuesto al valor agregado, excepto productos como harina, sal y arroz que están exentos.

Direcsa utiliza las siguientes herramientas para fortalecer a sus productos: Degustaciones, ofertas, promociones, artículos promocionales, comercio electrónico, vallas publicitarias, rotulaciones en paredes y se publicita en revistas de distribuidores.

Entre sus principales clientes contamos a los mercados, supermercados (Palí, Corporación de Supermercados Unidos y Supermercados La Colonia), varios mini súper y distribuidores mayoristas. Los productos de su cartera que mayor rotación y participación tienen son la harina (Harimasa), alimentos concentrados, sardinas y papel higiénico. Es importante notar que poseen varias marcas propias, tales como Harimasa, K-nino & Dog Chip.

Acorde a los datos de la empresa, las ventas a través de distribuidores mayoristas se ha incrementado, mientras la venta al detalle ha sufrido un decrecimiento. El producto que definitivamente ha observado un crecimiento en ventas es Harimasa, mientras el betún para zapato ha bajado su rotación. Menciona la empresa que existe un innovador producto en su cartera, el cual es un insecticida y ambientador al mismo tiempo, viene en una presentación en spray de 700 ml, que tiene excelente aceptación.

Direcsa observa los siguientes aspectos para eliminar un producto de su cartera: precio no competitivo, mala calidad y rechazo del mercado; todas estas causantes de bajas ventas. No exige que los productos a considerar tengan una certificación de estándar de calidad, pero observa cuidadosamente cada ítem en sus generales.

Sobre los productos salvadoreños, tienen la opinión de que son de excelente calidad y tienen mucha experiencia distribuyendo productos de empresas salvadoreñas tales como Gumarsal, a quienes compran harinas, arroz y sal; y Tecneutral, a quienes compran concentrados. De hecho, 70% de los productos por Direcsa distribuidos son de origen salvadoreño. También has negociado con otras empresas Centro Americanas como Distribuidora Panamericana de Alimentos de Costa Rica (productos de consumo) y Farinter de Honduras (cosméticos en general).

Sobre la posibilidad de expandir su cartera a base de productos salvadoreños, Direcsa se muestra muy interesada, solicitando se le ofrezcan artículos desechables, pastas alimenticias y productos para panificación (margarinas, harina de trigo, otros). También mencionan que hay productos difíciles de obtener en plaza tales como pasta de dientes, papel aluminio de 25 pies, sardinas y aceite.

Para respaldar posibles negociaciones, Direcsa ofrece poder pagar al contado, así como presentar garantías hipotecarias y/o bancarias. Advierte que hay que observar los siguientes aspectos que Nicaragua exige para la importación de productos (dependiendo de su naturaleza): registro sanitario, licencia para comercializar productos alimenticios y registro de marca.

El margen que le aplicarían a los productos salvadoreños es de entre un 12 y un 20% para producto seco, y en caso que fuesen productos congelados, un 35%. Actualmente los canales finales de venta aplican un estimado: supermercados 25%, mini súper 20 – 22%, mercados 10 – 15%, distribuidores mayoristas 10 – 15% y tiendas detallistas 10%.

Direcsa también hizo claras sus intenciones de comercializar sus productos tanto en El Salvador, como en Guatemala y Costa Rica, y estarían primordialmente interesados en exportar materia prima para alimentos concentrados como los que se detallan: harina de carne, afrecho, semolina, granza, cascarilla de maní, soya y maíz amarillo.

Ecomerco S.A.

**SECTOR:** Productor / Distribuidor Mayorista & Minorista

**DIRECCIÓN:** Del restaurante El Madroño, 1 y ½ cuadra arriba, mano izquierda, sobre la pista Sábana Grande

**TELEFONOS:** (505) 280-2279

**FAX:** (505) 280-2259

**WEB:** N/A

**PERSONA ENTREVISTADA** Lic. Carlos Vindell

**CARGO:** Gerente General

**EMAIL:** [ecomer05@turbonett.com](mailto:ecomer05@turbonett.com)

Ecomerco fue fundada en el año 2001, y fue concebida para ser la distribuidora comercial de la Asociación de Productores y Artesanos. La empresa consta de una central en la ciudad capital y 4 sucursales en el interior del país: León, Estela, Carazo y Rama. Sus esfuerzos van enfocados a los segmentos medio alto (artesanías) a popular. Tienen 25 empleados, 20 de los cuales están en la fuerza de ventas, a cargo de el Lic. Vindell. Poseen una capacidad de bodega de 150 metros cuadrados por sucursal en el interior del país, y una bodega de 600 metros cuadrados en la central de Managua. Además tienen 3 vehículos repartidores propios.

La empresa comercializa y distribuye producto seco y no perecedero. En la actualidad tienen una cartera de 10 ítems. Además tienen el potencial para maquilar productos y producen granos básicos. Ecomerco atiende hoteles & restaurantes, distribuidores mayoristas, tiendas detallistas y sus puntos de venta propios.

Ecomerco produce granos básicos, vinos (marcas propias), mermeladas, ajonjolí, maní y artesanías.

Entre sus productos se encuentran importaciones de El salvador, Guatemala y Honduras (artesanías), y prefieren FOB como condición de pago. Sus compras deben tener un valor mínimo de US \$300 y sus proveedores les otorgan 30 días de crédito. La empresa a su vez da 8 días de crédito a sus clientes. Es importante notar que toda su cartera e productos está exenta del impuesto al valor agregado.

Entre sus clientes podemos encontrar a: Hoteles, Centro de capacitación IPADE, universidades UNAM y UPOL, supermercado Nicacoop y al hospital Roberto Calderón. Los productos que mayor participación tienen en sus ventas son el frijol, soya y ajonjolí. El Licenciado Vindell expresa que el segmento medio ha observado un crecimiento en sus ventas, así como los granos básicos como producto específico. Los aspectos a observar para descartar un producto de la cartera son: precio no competitivo, mal empaque, mala calidad, rechazo de mercado y competencia desleal; todo esto provocando bajas ventas.

Sobre la calidad de los productos salvadoreños, la califican de muy buena, teniendo experiencia en la comercialización de los productos de la empresa CORDES (artesanías). También han distribuido productos (artesanías) de Guatemala (empresa REMAC) Y Honduras (empresa Comal).

Ecomerco estaría interesada en distribuir productos salvadoreños tales como herramientas de trabajo, escobas y artículos de canasta básica. A estos productos les marginarían un 20% de utilidad. Los márgenes aproximados que aplicarían los canales finales de ventas son: supermercados 15%, distribuidores mayoristas 10 – 20%, tiendas detallistas 10 – 12%.

Ecomerco dejó claro su interés en poder distribuir sus productos tanto en El Salvador como en Guatemala y Costa Rica

## **Eskimo S.A**

<b>SECTOR:</b>	Productor / Distribuidor Mayorista
<b>DIRECCIÓN:</b>	Apartado postal 995, Managua
<b>TELEFONOS:</b>	(505) 266-1633 / 266-6378
<b>FAX:</b>	(505) 266-6394 / 266-3402
<b>WEB:</b>	<a href="http://www.eskimo.com.ni">www.eskimo.com.ni</a>
<b>PERSONA ENTREVISTADA</b>	Ing. José A. Mena
<b>CARGO:</b>	Gerente de Comercialización
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:jmena@eskimo.com.ni">jmena@eskimo.com.ni</a>

Eskimo S.A. es una empresa líder en la producción y distribución de sorbetes (helados), paletas y yogurt. Fundada en 1942 Eskimo S.A. se ha consolidado y expandido sus ventas en el área Centro Americana. Su propietario y Director Ejecutivo es el Señor Enrique Salvo Horvilleur.

Eskimo S.A. es una empresa que posee una sede central en Managua, no tiene sucursales en el interior del país. Actualmente emplean a 400 personas, 80 de las cuales trabajan en la fuerza de ventas. Cuentan con un área de bodega para producto congelado de 1000 metros cuadrados y poseen 18 vehículos repartidores propios (entre refrigerados y congelados). Ocasionalmente rentan más vehículos acorde a la temporada. Eskimo S.A. tiene una cobertura del 100% del territorio nacional.

El tipo de producto que distribuyen es perecedero, aun cuando tienen fecha de expiración a largo plazo; y sus líneas se dividen entre refrigerados y congelados. Su cartera comprende unos 150 ítems, entre los que destacan las marcas Eskimo y Yoplait. También distribuyen el queso Monte Verde importado de Costa Rica.

Esta empresa atiende todos los sectores y estratos del mercado, y sus canales finales de venta son los supermercados, hoteles & restaurantes, tiendas de conveniencia, distribuidores mayoristas, tiendas detallistas, heladerías y carritos repartidores.

Respecto a su forma de negociación, Eskimo prefiere FOB como condición de pago, y su frecuencia de compra va acorde al ítem en específico, compran por kilogramo y en promedio reciben un pedido cada 15 días. Eskimo S.A. goza de 45 días de crédito por parte de sus proveedores, y otorga entre 45 y 60 días a sus clientes para el pago. La cartera de productos de Eskimo S.A. está sujeta a un 15% de impuesto sobre el valor agregado, excepto algunos ítems que entran en la canasta básica, que está exenta de IVA.

Para autorizar la compra de un producto ó insumo, Eskimo S.A. exige algún estándar de calidad, tal como buenas prácticas de manufactura, HACCP ó ISO 9000. Para decidir si un producto será eliminado de su cartera, Eskimo observa detenidamente: precio no competitivo, mala calidad, rechazo de mercado y competencia desleal, lo que resulta en bajas ventas; pero sobre todo verifican si no cumple con las normas de regulación ambientales.

Entre sus principales clientes encontramos a Supermercados La Colonia, Palí, Corporación de Supermercados Unidos y tiendas de conveniencia de Texaco, Shell y ESSO. Los productos que mayor rotación y participación tienen son las paletas, los sorbetes (helados) y el yogurt.

Sobre la calidad de los productos salvadoreños, la califican de buena, y mencionan tener experiencia en negociaciones con empresas salvadoreñas tales como EMASAL (maquinaria de empaque), San Julián, y SIGMA (papel de empaque).

Eskimo S.A. menciona tener interés en importar productos salvadoreños, pudiendo éstos ser perecederos, no perecederos, congelados ó refrigerados; y para cualquier negociación se deberá tomar en cuenta las leyes del etiquetado y los requisitos ambientales.

El margen que aplicarían a los productos salvadoreños sería del 25% para distribución y del 40% para comercialización. En la actualidad, los canales finales de venta aplican los siguientes márgenes: supermercados 25%, hoteles & restaurantes 30%, tiendas de conveniencia 35%, distribuidores mayoristas 28% y tiendas detallistas 30%. La cadena de tiendas propias de Eskimo S.A. aplican entre un 25 a 30%.

## Interamericana de Mercadeo S.A.

**SECTOR:** Distribuidor Mayorista / Importador  
**DIRECCIÓN:** Carretera a la refinería Enicons – Traksa edificio 5  
**TELEFONOS:** (505) 266-5656  
**FAX:** (505) 266-2878  
**WEB:** N/A  
**PERSONA ENTREVISTADA:** Sr. Francisco Sobalvarro  
**CARGO:** Gerente General  
**EMAIL:** [gginmer@ibw.com.ni](mailto:gginmer@ibw.com.ni)

Interamericana de Mercadeo S.A., empresa fundada en 1992, se dedica a la importación y distribución de productos secos y no perecederos. Esta empresa logra una cobertura a nivel nacional, a pesar de tener sucursales en el interior de la república, y sus ventas están orientadas a satisfacer todos los segmentos sociales.

Empleando a un total de 110 personas, su fuerza de ventas la conforman 70 personas al mando del Sr. Roger Molina, Gerente de comercialización. Utilizan para lograr una cobertura general 27 vehículos repartidores propios. Se calcula que sus ventas están distribuidas de la siguiente manera entre sus canales finales: pulperías (tiendas) 55%, mayoristas 40%, supermercados 5% y el resto en tiendas de conveniencia y otros.

Actualmente Interamericana de Mercadeo cuenta con una cartera de más e 400 ítems, entre los cuales tienen marcas reconocidas tales como Nabisco, Kraft, Kimberly Clark, Adam's y Hall's (dulces). Sus importaciones vienen de países como Guatemala, Venezuela, Honduras, Costa Rica y México. Interamericana de Mercadeo prefiere FOB como condición de pago a sus importaciones.

En promedio compran por furgón en un lapso no mayor a 15 días para cada entrega. Gozan de entre 45 y 60 días crédito por parte de los proveedores y a su vez dan el mismo tiempo de crédito a sus clientes. Su línea de productos está tasada con un 15% de impuesto al valor agregado, excepto algunos productos como artículos escolares y papel higiénico, que están exentos. Un aspecto importante es que la empresa no exige un estándar de calidad para sus productos, pues las marcas reconocidas gozan ya de prestigio internacional; pero observan rigurosamente muestras de productos a considerar para la distribución acorde a muestras de los mismos.

Para fortalecer sus ventas, Interamericana de Mercadeo utiliza radio, televisión, degustaciones, ofertas, promociones, exhibidores, afiches y se ayudan con la contratación de impulsoras.

Entre sus clientes reconocidos tenemos a Corporación de Supermercados Unidos, Supermercado La Colonia, El Comisariato de la Policía y tiendas de conveniencia de las gasolineras Texaco, ESSO y Petronic.

Los productos que observan mayor participación en las ventas son las galletas, goma de mascar, salsas y aderezos. A su vez, los productos que mayor rotación tienen son los mismos agregando el papel higiénico y las toallas sanitarias. Acorde a datos estimados por la empresa, las pulperías o tiendas detallistas han observado un crecimiento en las ventas en los últimos años, así como los artículos de higiene personal, de hogar y los refrescos o jugos. Los artículos de limpieza para el hogar fueron catalogados como innovadores por la empresa.

Interamericana de Mercadeo está interesada en importar productos salvadoreños, siempre observando que un precio no competitivo, mala calidad ó competencia desleal son factores que observan detenidamente para sacar un producto de sus líneas.

Sobre la calidad de los productos salvadoreños, la han calificado de muy buena, y de hecho han realizado ya negociaciones con Multiplast (escobas) y con el Grupo Calvo (enlatados). También han tenido negociaciones con otros países Centro Americanos tales como Guatemala, con las empresas Ana Belly (mayonesa) y Shinola (betún); entre muchas otras empresas más.

Esta empresa estaría especialmente interesada en arroz integral y espirales contra zancudos; para esto pedirían como mínimo un contenedor y 30 días de crédito; así como exclusividad para la distribución de los mismos. Interamericana de Mercadeo está anuente a suplir referencias comerciales para la compra de la mercadería, y observa que los registros sanitarios y de marca son obligatorios para poderlos introducir a Nicaragua.

Actualmente, los márgenes que les aplican los canales finales de ventas son: supermercados 20 - 25%, tiendas de conveniencia 20 – 30%, distribuidores mayoristas 5 – 8% y tiendas detallistas 20%.

Sobre los márgenes que le aplicarían a los productos salvadoreños serían de alrededor a un 25%, y considerarían indispensable que la empresa salvadoreña en cuestión les visite periódicamente para poder darle seguimiento al mercado en conjunto y planificar estrategias.

## Merco S.A.

**SECTOR:** Importador / Distribuidor Mayorista & Minorista  
**DIRECCIÓN:** BANPRO de Ciudad Jardín, 2c. Al norte, 3 c. al oeste.  
**TELEFONOS:** (505) 248-1549 / 0026 / 1567  
**FAX:** (505) 249-5546  
**WEB:** N/A  
**PERSONA ENTREVISTADA** Vilma Chavarría  
**CARGO:** Vice Gerente General  
**EMAIL:** [vmerco@amnet.com.ni](mailto:vmerco@amnet.com.ni)

Merco S.A. fue fundada en 1991. Su Presidente y Gerente General es el Señor Manuel Estrada. Merco S.A. es una empresa que consta de una sola central ubicada en Managua, emplea a 90 personas y da cobertura nacional. La Gerente de comercialización, Doña Magdalena Ayala, tiene un equipo de 40 personas en su fuerza de ventas, y cuenta con área de bodegaje de 500 metros cuadrados y 20 vehículos repartidores propios. Las ventas de la empresa están enfocadas a todos los estratos sociales.

Merco S.A. comercializa y distribuye producto seco, y tiene en la actualidad una cartera de 780 ítems. Entre las marcas que distribuyen encontramos Garozi, galletas Costa, Facela y otros. Los segmentos que atienden son supermercados, hoteles & restaurantes, tiendas de conveniencia, distribuidores mayoristas, tiendas detallistas y el mercado Oriental. Sus productos se importan de países como Chile, El Salvador, Guatemala, Brasil, Alemania y Perú entre otros.

Merco S.A. prefiere FOB como condición de pago en sus importaciones, y en promedio compran un furgón de producto cada 30 días. Gozan de un período entre los 120 y 180 días de crédito para las importaciones, y a su vez otorgan entre 45 y 60 días de crédito a sus clientes. Toda su cartera está tasada con un 15% de impuesto al valor agregado.

Como estrategia comercial dan apoyo a sus productos por medio de radio, prensa, televisión (promociones puntuales), degustaciones, ofertas, promociones, artículos promocionales y comercio electrónico.

Entre su cartera de clientes encontramos a Supermercado La Colonia, Hotel Intercontinental, Corporación de Supermercados Unidos, Palí, Restaurante Friday's y las tiendas de conveniencia Petroni, Texaco y Esso.

Los productos que tienen mayor participación y rotación de su cartera son los refrescos Sprim, chocolates Guenterito y pastas Carozzi. Acorde a lo expresado por la empresa, el sector popular está experimentando un incremento en ventas, así como los jugos Sprim (refrescos instantáneos). Merco S.A. pone especial interés a los siguientes aspectos como determinantes para sacar un producto de su cartera: precio no competitivo, mal empaque mala calidad, rechazo de mercado, competencia desleal y todo esto redundando en bajas ventas.

Sobre la calidad de productos salvadoreños, los califican de buenos, teniendo experiencia en la distribución de productos de la empresa Facela (línea escolar y artículos plásticos), Hilasal y Termoformados (productos desechables). También tienen experiencia en la distribución de productos de otros países del área, tales como Arrocería Los Corrales (arroz precocido y avena) y CONTRASA (refrescos en polvo) de Guatemala. Actualmente no está comprando productos salvadoreños.

Merco S.A. está interesada en distribuir productos salvadoreños, y sugieren se les presenten ítems de productos desechables y betún para zapatos para su análisis. Nos hacen hincapié en observar que los registros sanitarios estén en regla para productos alimenticios.

El margen que le aplicarían a productos salvadoreños sería del 20%, y a su vez nos dan un estimado del margen que aplican los canales finales de venta como se detalla: supermercados 25 – 30%, tiendas de conveniencia 35%, distribuidores mayoristas 10%, tiendas detallistas 50%.

Merco S.A. no está interesada en expandir sus ventas a otros países Centro Americanos en este momento.

### Sumersa

<b>SECTOR:</b>	Venta, comercialización y distribución de Alimentos y productos alimenticios
<b>DIRECCIÓN:</b>	Carretera Norte, Km. 6 ½, costado norte de los semáforos del Dancing, complejo Inagor
<b>TELEFONOS:</b>	(505) 240-0809
<b>FAX:</b>	(505) 240-0809
<b>WEB:</b>	N/A
<b>PERSONA ENTREVISTADA:</b>	Lic.Ernesto Argeñal Gómez
<b>CARGO:</b>	Gerente de comercialización
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:sumersa@ibw.com.ni">sumersa@ibw.com.ni</a>

Sumersa (Suplidora Mercantil S.A.) fue fundada en 2001, siendo sus principales socio la familia Schmidt Cuadra. Su principal actividad económica es importar bienes de consumo, siendo sus principales proveedores empresarios del área Centroamericana y México. El gerente general es el señor Lic. Dennis Schmidt Cuadra.

Sumersa posee una bodega de 1000 metros cuadrados para producto seco, y 55 empleados en total. Su fuerza de ventas está conformada por 33 personas, a cargo de el Lic. Argueñal Gómez.

Actualmente comercializan productos alimenticios, desechables, productos de aseo para el hogar, Herramientas, Ferreterías y otros. Tienen cobertura a nivel nacional, con vendedores propios y una flota de 5 vehículos repartidores. Su cartera consta de 400 ítems.

El segmento comercializador que atienden es Mayoreo, Detalle Supermercados y tiendas de conveniencia, Food services, Institucional, Ferretería, Panaderías y Hoteles. Gozan de 60 días crédito por parte de sus proveedores, y a su vez ofrecen entre 35 y 45 días crédito a sus clientes. Su cartera está tasada con un 15% de IVA.

Los márgenes que le aplican sus canales de venta son: Supermercados: 20%, mayoristas: 10%, tiendas de conveniencia: 30%, otros (Detalle: 20%.) El margen sobre venta que Sumersa le aplicaría a los productos Salvadoreños sería entre un 25 y 30%.

Sus principales clientes en orden de importancia (rubros) son los canal mayoristas, canal detallistas, auto servicio o supermercados, comisariatos, canales institucionales, bares, restaurantes, comedores, ferreterías y hoteles. Como apoyo a sus productos, Sumersa utiliza Descuentos, Bonificaciones, Exhibiciones, material POP y otros.

La atención a nivel de detalle se lleva actualmente sólo en el departamento de Managua, a través de 8 vendedores bajo el sistema de previa venta; cubriendo la mayor parte de los pequeños negocios de la ciudad, dándole cobertura a unos 4,800 puntos de venta. De acuerdo al plan de crecimiento los siguientes pasos serán cubrir la zona del sur oriente, occidente y el norte del país.

Entre las empresas Salvadoreñas a las cuales les distribuyen sus productos están: Robertoni S.A. de C.V., IMACASA de El Salvador y Conos y Pajillas Sol S.A. de C.V. Entre las empresas Centroamericanas se encuentran: Escobas y Cepillos S.A. de Guatemala, Bolígrafos K 66 S.A. de Guatemala, GRAPO Pack de Guatemala, Envases Desechables Centroamericanos de Guatemala, Cadbury Adam's de Costa Rica, Productos Alimenticios La Moderna de México y otras empresas Costarricenses.

### CENTRAL AMERICAN GRAINS

<b>SECTOR:</b>	Venta, comercialización y distribución de granos básicos
<b>DIRECCIÓN:</b>	De Parmalat 2 C, al lago 1 C. al oeste
<b>TELEFONOS:</b>	(505) 2514083
<b>FAX:</b>	(505) 2514084
<b>WEB:</b>	N/A
<b>PERSONA ENTREVISTADA:</b>	Franco Cardenal
<b>CARGO:</b>	Gerente General
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:cmgrains@ibw.net.ni">cmgrains@ibw.net.ni</a> <a href="mailto:cardenalgrains@ideay.net">cardenalgrains@ideay.net</a>

Empresa que se dedica de manera exclusiva a la comercialización de granos básicos, siendo su principal producto el frijol. Poseen 2500 metros cuadrados de bodegaje, 200 empleados totales de los cuales 18 hacen labor exclusiva de ventas, a cargo del señor Enrique Rodríguez, gerente de comercialización.

Atiende las principales cadenas de supermercados y clientes mayoristas, tanto a nivel nacional como internacional. Está en la capacidad de maquilar marcas privadas. Su planta de procesamiento está autorizada para la exportación de productos hacia Estados Unidos y el caribe.

Sus proveedores le otorgan 15 días crédito, y ellos a su vez ofrecen 60 días crédito a sus clientes. Los márgenes que le aplican sus canales finales de ventas son: suprmrcaados 9% y mayoristas 7%. Central American Grains le aplicaría un 15% a los productos Salvadoreños.

### **5.5. Conclusiones y recomendaciones:**

Nicaragua es el mercado centroamericano con menor oferta de productos, menos competitivo en cuanto a la misma y por consiguiente con un potencial muy grande para nuestros productos; en especial aquellos de bajo costo, dada la situación económica, especialmente en el interior del país.

En entrevistas efectuadas a diferentes empresarios, se nos mencionó que en los últimos años Nicaragua ha experimentado un alza en turismo, lo que ha causado una mayor demanda en el sector alimenticio y de construcción, lo que ofrece una excelente oportunidad al empresario salvadoreño para abastecer esos productos.

Las principales cadenas de supermercados son: La Colonia, La Unión (CSU), Palí (CSU) y La Fe; siendo las dos más grandes La Colonia y La Unión, las que manejan cada una un estimado de 40% del mercado.

No todas las distribuidoras en Nicaragua tienen cobertura nacional, dada la enorme extensión territorial, por consiguiente es de suma relevancia poner mayor atención a las que ofrezcan mejor cobertura. En Nicaragua el segmento de mercados cobra mucha importancia, dado que es el abastecedor principal del sector popular. Además los distribuidores mayoristas y abastecedores de regiones remotas realizan sus compras comerciales en los diferentes mercados populares, siendo el más grande el mercado Oriental, situado en el centro de Managua.

En las entrevistas realizadas, se mencionó que en la práctica comercial las empresas están renuentes a ofrecer garantías crediticias, llámese éstas carta de crédito ó fianza bancaria; aduciendo que dicho costo adicional vuelve poco competitivos a los productos.

### **5.6. Contactos de Interés:**

- Ministerio Agropecuario y Forestal (MAGFOR): [www.magfor.gob.ni/](http://www.magfor.gob.ni/)
- Ministerio de Fomento Industria y Comercio: [www.mific.gob.ni](http://www.mific.gob.ni)
- Ministerio de Fomento, Industria y Comercio: [www.mific.gob.ni](http://www.mific.gob.ni)
- Ministerio de Salud: [www.minsa.gob.ni](http://www.minsa.gob.ni)
- Consejo Superior de la Empresa Privada: [www.cosep.org.ni](http://www.cosep.org.ni)
- Dirección General de Aduanas: [www.dga.gob.ni](http://www.dga.gob.ni)
- Banco Central de Nicaragua: [www.bcn.gob.ni](http://www.bcn.gob.ni)
- Cámara de Comercio de Nicaragua (CACONIC): [www.caconic.org.ni](http://www.caconic.org.ni)
- Cámara Americana de Comercio (AMCHAM): [www.amchamnic.org.ni](http://www.amchamnic.org.ni)

### **5.7. Anexos:**

- Directorio Empresarial Cámara de Comercio de Nicaragua
- Publicación Haciendo Negocios en Nicaragua, AMCHAM
- Boletín de Comercio Exterior, MIFIC
- Requisitos Sanitarios de Alimentos y Bebidas Importadas, Ministerio de Salud.
- Reglamento de Buenas Prácticas de Manufactura de la Industria de Alimentos, Ministerio de Salud
- Directorio de Mano, Cámara de Comercio de Nicaragua
- Revista La Ruta, Asociación de Distribuidores de Productos de Consumo de Nicaragua (ADIPROCNIC)

## 6. Costa Rica

### 6.1. Costa Rica en Cifras

Nombre oficial:	República de Costa Rica
Capital:	San José
Superficie:	51,100 km <sup>2</sup>
Idioma Oficial:	Español
Moneda Nacional:	Colón
División política:	7 provincias: Alajuela, Cartago, Guanacaste, Heredia, Limón, Puntarenas, San José

### 6.2. Demografía:

Población:	4, 133,001
Tasa anual crecimiento:	1.9%
Expectativa de vida:	78.6 años
Densidad de población:	80.8 / km <sup>2</sup>

### 6.3. Economía:

<b>Indicadores Macroeconómicos Costa Rica</b>			
<b>Sector externo</b>	Ene - Abr 2003	Ene - Abr 2002)	Variación
Exportaciones (mill \$)	2046.8	1641.1	2450.00%
Importaciones (mill \$)	2584	2315	1160.00%
Balanza comercial	-537.2	-670.9	-1990.00%
<b>Sector público</b>	Ene - Abr 2003	Ene - Abr 2002)	Variación
Ingresos	292678	253502	1550.00%
Gastos	352393	329348	700.00%
Déficit	-59715	-75846	-2130.00%
<b>Sector Monetario</b>	a Abr 2003	a Abr 2002	Variación
Crédito al sector privado (mill ₡)	1625647.5	1352291.1	2020.00%
RMI (mill \$)	1565.3	1499	440.00%
Taza de interés pasiva	16	17.25	n/a
Tipo de cambio (₡ por \$)	391.1	352.85	1080.00%
Fuente: Banco Central de Costa Rica			

<b>Costa Rica: Principales productos de exportación / Millones de Dólares</b>				
<b>Producto</b>	valor FOB 2003	posición	valor FOB 2004	posición
Otras partes para circuitos modulares	1,371.80	1	897.8	1
Textiles	586.1	2	546.7	2
Banano	548.3	3	532.7	3
Equipos de infusión y transfusión de sueros	436.9	4	439.7	4
Piña	207.6	5	256.1	5
Circuitos integrados	82.2	10	253.3	6
Medicamentos	202.9	6	227.4	7
Café oro	190.7	7	199.6	8
Otras preparaciones alimenticias	133.1	8	140.5	9
Partes p emisores y receptores TV, radio, y similares	0.2	411	110.6	10
Aceite de palma	54.8	17	90.7	11
Llantas	45.6	19	75.2	12
Materiales eléctricos	68.3	11	74.9	13
Plantas ornamentales	66.3	13	70.8	14
Melón	66.5	12	70.1	15
Jugos y concentrados de frutas	55.7	15	69.9	16
Artículos para el envasado de plástico	59.7	14	65.7	17
Follajes, hojas y demás	55.3	16	61.5	18
Empaquetaduras de caucho	51.7	18	61.3	19
Las demás manufacturas de cuero	30.4	29	58.5	20
Insecticidas y fungicidas	43.9	21	55	21
Otros amplificadores de media o alta frecuencia	33.9	27	49.1	22
Purés y pastas de frutas	42.7	23	44.9	23
Pañales para bebé	20.5	45	44	24
Salsas y preparaciones	19.9	47	43.8	25
Hilos y cables conductores eléctricos	27.1	33	42.4	26
Envases de vidrio	43.5	22	39.5	27
Otros instrumentos y aparatos de medicina	29.3	30	37	28
Azúcar	21.9	40	36.7	29
Pescado fresco, refrigerado o congelado	44.7	20	36.3	30
Filetes y demás carnes de pescado	39.1	24	35.3	31
Yuca	25.7	36	34.5	32
Alcohol etílico	13.3	54	34.3	33
Productos laminados de hierro o acero	26.3	34	33.1	34
Equipos eléctricos para amplificación de sonido	14.3	51	32.8	35
Hojas y tiras de aluminio	22.5	39	31.6	36
Flores y capullos	28.9	31	30	37
Otros implantes de uso médico	35	26	29.5	38
Las demás resistencias variables	25.9	35	28.6	39
Carne	28.2	32	26.6	40
Productos de panadería fina	24.7	37	26.2	41
Preparaciones y conservas de pescado	32.5	28	25.5	42
Refrigeradoras domésticas	20.5	44	25.1	43
Partes motores, generadores, convertidores eléctricos	14	52	25	44
Muebles y sus partes	19.5	48	24.4	45
Secadoras de pelo	38.9	25	23.7	46
Tubos y accesorios de tubería de plástico	23.2	38	23.3	47
Artículos de metales preciosos	20.7	43	21	48
Palmito	20.8	42	20.1	49
Láminas y placas de plástico	15.9	49	19.8	50

Fuente: PROCOMER.

<b>Importaciones CIF por País</b>			
<b>Millones de dólares</b>			
<b>País</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>
Estados Unidos	3,807.40	3,890.20	3,796.00
Japón	297.7	308.7	483.7
México	369.1	379.4	418.6
Brasil	163.4	210	350.4
Venezuela	290.3	258.9	327.9
Colombia	164.8	212.1	279
China	121.7	160.2	272.5
Alemania	154.5	166.2	176.8
Guatemala	149.2	154.1	159.1
Holanda	146.9	162.5	132.1
Corea Del Sur	140.7	103.6	126.3
España	136.6	131.7	111.3
Chile	76.1	80.7	109.8
Panamá	123.2	114.8	103.9
El Salvador	107.7	102	92.5
Italia	83.8	112	91.7
Francia	65.5	194.9	90.9
Reino Unido	86.3	80.6	84.5
Canadá	71.2	73.3	82.7
Taiwán	66.2	66.4	71.1
Suiza	53.2	53	69.9
Argentina	31.1	37.9	62.9
Aruba	1.8	16.3	62.2
Hong Kong	45	49.9	57.7
Nicaragua	38.6	51.1	53.4
Otros	395.9	472.6	600.9
<b>Total</b>	<b>7,187.90</b>	<b>7,643</b>	<b>8,268.00</b>
Fuente: Dirección General de Aduanas, Banco Central de Costa Rica y PROCOMER.			

<b>Importaciones CIF / por clasificación SAC / 2002-2004 / Millones de dólares</b>			
	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>
8542 Circuitos electrónicos			
2710 Aceites de petróleo	979.3	1,158.10	1,131.60
8703 Vehículos para transporte de personas	347	412.6	544.2
3004 Medicamentos	253.7	230.1	247.6
4804 Papel y cartón	198.6	211.8	228.4
2709 Aceites crudos de petróleo	117	137.1	152.2
8473 Partes de máquinas de circuitos	84.7	110.5	149.4
8471 Máquinas automáticas para procesamiento de datos	156.8	62.9	139
3808 Agroquímicos	123.4	105.1	125.2
1005 Maíz	90.8	97.1	100.5
9018 Instrumentos y aparatos de medicina	60.2	69.1	91.4
6203 Prendas de vestir terminadas y en piezas hombre	72.2	145.4	91.1
6204 Prendas de vestir terminadas y en piezas mujer	87.4	86.2	85.6
8479 Máquinas y aparatos con función propia	77.3	78.2	84
1201 Frijoles de soya	63.5	52.2	77.2
3901 Polímetros de Etileno	54.8	55.7	76.7
8704 Vehículos para transporte de mercancías	48.8	54.9	69.2
8541 Diodos y semiconductores	66.2	54.9	57.8
3003 Medicamentos	90.4	44.2	56.5
6115 Calzas-medias-calzetines-panty medias	33.7	44.5	53.4
8702 Vehículos para diez o más personas	54.9	41.6	50.5
6108 Ropa íntima para mujer	36.1	29.7	45.4
3926 Manufacturas de plástico	66.9	40.5	44.7
4115 Cuero regenerado	90.8	42.7	43.5
8517 Aparatos eléctricos de telefonía	0	23.2	40.8
Otros	76.6	198.4	36.3
<b>Total</b>	<b>3,856.80</b>	<b>4,056.40</b>	<b>4,445.80</b>
Fuente: Dirección General de Aduanas, Banco Central de Costa Rica y PROCOMER.	<b>7,187.90</b>	<b>7,643.10</b>	<b>8,268.00</b>

#### 6.4. Perfiles Empresariales

##### **Cadena de detallistas San José S.A.**

<b>SECTOR:</b>	Venta, comercialización y distribución de Alimentos
<b>DIRECCIÓN:</b>	Apto. 160-1150, San José, Costa Rica
<b>TELEFONOS:</b>	(506) 290-4774
<b>FAX:</b>	(506) 232-5648
<b>WEB:</b>	N/A
<b>PERSONA ENTREVISTADA:</b>	Alfonso Meléndez Jiménez
<b>CARGO:</b>	Gerente General
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:cadena@racsaco.cr">cadena@racsaco.cr</a>

Cadena de detallistas es una nueva forma de hacer negocios en Costa Rica, su mayor esfuerzo es dar a los mejores precios del mercado productos de la canasta básica. Forman parte de la Cámara Nacional de Comerciantes detallistas y afines, institución que se encarga de la promoción e intercambio de información para hacer negocios en dicho segmento.

Dicha distribuidora fue fundada en el año de 1965 bajo una iniciativa del AID la cual quería formar grupos afines para que se apoyaran mutuamente en la comercialización y bajarán costos de ventas. Poseen 392 socios que son los principales proveedores de sus productos. Poseen varias sucursales bajo el mismo formato, entre las que mencionó: Tres ríos, San José entre otras.

Poseen un punto de venta para mayoristas bajo el concepto de auto servicio, compras solo al por mayor, poseen marca propia: D' Primera la cual utilizan en sus productos de la canasta básica. Su infraestructura consta de 70000 mts. Cuadrados de bodega para almacenar producto seco Cuenta con una flotilla de vehículos propios de 10 camiones con furgón cerrado que pertenecen a una empresa hermana encargada de la logística de despacho y subarrendar 5 vehículos para apoyo en las distribuciones 6 paneles, además de subcontratar 2 vehículos para distribución en el interior del país. Su cobertura de distribución se centra en San José y sus alrededores ya que cuentan con varias bodegas parecidas distribuidas en todo el país.

El departamento de compras es dirigido por la Señorita. Cristina Cruz y el de Ventas por el Sr. Steifer Alas, el cual tiene bajo su cargo 26 colaboradores en la labor de ventas.

Comercializa y distribuye producto seco, participando en su mayoría productos de la canasta básica, posee 6000 ítems en su cartera de venta. Entre sus principales marcas podemos mencionar: Productos Ojarra's, Unilever, Nestlé, Pozuelo, Maseca, Enlatados Sardimar, Ducal, Rinso, Del Monte, entre otras.

Comercializa en los segmentos de venta siguientes:

- Tiendas o Pulperías
- Mini súper
- Farmacias

Dado que solo son distribuidores no importan directamente productos ya que les despachan las empresas multinacionales a las cuales se les ha asignado un nicho de mercado.

Sus proveedores le proveen 30 días de crédito pero además utilizan el pago al contado para conseguir mejor precio y con bonificación. Dado que solo atienden al segmento de mayoristas solamente trabajan al contado o sea que no proveen crédito a sus clientes. Maneja letras de cambio como garantía crediticias para su proveedor. Productos que distribuye actualmente solamente el arroz está exento del IVA.

Su margen de distribución rondaría alrededor del 10-20% para que la distribución le sea atractiva. Entre los márgenes que le aplican sus canales de venta finales podemos mencionar (sobre venta) en mini-súper entre un 10-20% de sobre venta, mayoristas entre un 5-10%, tiendas o pulperías 10-15 % y farmacias un 25 %.

De sus productos con más alta rotación mencionó:

- Grasa y mantecas
- Papel Higiénico
- Detergentes
- Pastas alimenticias

El apoyo mercadológico es solamente en el punto de venta final dado al segmento que atiende, además es proporcionado por las empresas multinacionales en artículos POP para su apoyo.

Entre sus principales clientes podemos mencionar:

- Súper Gibart en Heredia.
- Súper MJ
- Pulpería 11 de Diciembre

Se encuentra interesado en ofrecer a sus clientes nuevos productos de calidad, mostrado gran interés por conocer y comercializar productos salvadoreños.

Bajo su análisis a notado un alto crecimiento de comida para animales especialmente la de perros, ah notado un decrecimiento en la venta de café dado a su alto precio en el mercado internacional y como productos innovadores los productos enlatados como el atún en sus diferentes presentaciones.

Estaría interesado en buscar distribuidor para su línea de aseo para el hogar como es jabones, lavaplatos, cloro líquido y otros.

## Mercadeo de Artículos de Consumo S.A. (MERCASA)

<b>SECTOR:</b>	Venta, comercialización y distribución de Alimentos y productos alimenticios
<b>DIRECCIÓN:</b>	San Fco. Dos ríos 150 mts. Sur, 50 este de la Antigua Nugget, Apartado Postal 3098-1000, San José, Costa Rica
<b>TELEFONOS:</b>	(506) 250-5656
<b>FAX:</b>	(506) 250-5781
<b>WEB:</b>	N/A
<b>PERSONA ENTREVISTADA:</b>	Eduardo Livoni B.
<b>CARGO:</b>	Gerente de nuevas líneas
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:mercasa.newline@gmail.com">mercasa.newline@gmail.com</a> <a href="mailto:mercadeo_lineas_nuevas@grupointeca.com">mercadeo_lineas_nuevas@grupointeca.com</a>

MERCASA es uno de los principales y más grandes importadores / distribuidor de productos alimenticios en Costa Rica.

Dicha empresa fue fundada en 1974, actualmente el Gerente General es el Lic. Bernal Jiménez, sus colaboradores totales rondan alrededor de 210 empleados.

Poseen dos sucursales, una en Cartago, que es el centro de almacenamiento del 100% de los productos que importan y su área de almacenaje es de 9000 metros cuadrados de almacenaje para productos secos, además del almacenaje entre Ríos que es donde se almacenan productos alimenticios, en esta poseen 5000 metros cuadrados para producto seco además de poseer 5 contenedores de 45 pies cada uno para productos refrigerados congelados. Cuenta con una flotilla de vehículos propios de 36 camiones con furgón cerrado y subcontrata 3 vehículos para distribución en el interior del país. Su cobertura de distribución abarca todo el país.

El departamento de nuevas líneas es manejado por el Lic. Eduardo Livoni, la Gerente de Mercadeo es la Lic. Guadalupe Peñate Vega, siendo su e-mail: [mercadeo\\_mercasa@hotmail.com](mailto:mercadeo_mercasa@hotmail.com), quien maneja como fuerza de ventas a 60 colaboradores.

Utiliza el método de previa venta para atender con prontitud a sus clientes, posteriormente viene la flotilla vehicular en la labor de distribución.

Importa, comercializa y distribuye tanto producto seco como refrigerado-congelado, posee 600 ítems en su cartera de venta. Entre sus principales marcas podemos mencionar: Chocolates Hershey, Lacteos Parmalat, Girol, Pittsbury, Enlatados Calvo y otros.

Comercializa en los segmentos de venta siguientes:

- Supermercados
- Hoteles y restaurantes
- Tiendas de conveniencia
- Mayoristas
- Pulperías
- Restaurantes informales y comedores

Entre los países que importan podemos mencionar:

- Estados Unidos
- México
- Argentina
- Brasil
- El Salvador
- Europa
- Asia

Sus proveedores le otorgan entre 30-60 días de crédito, el promedio de su cartera de crédito ronda alrededor de los 60 días. Maneja tanto cartas de crédito como garantías crediticias en Asia. Se le agrega un 13% de IVA a los productos que distribuye.

Su margen de distribución rondaría alrededor del 25% para productos secos y alrededor de un 30 % para producto refrigerado- congelado, entre los márgenes que le aplican sus canales de venta finales podemos mencionar (sobre venta) en supermercados entre un 20% para productos secos y un 28-30% para congelado, tiendas de conveniencia entre un 30-35%, mayoristas entre un 5-10%, Pulperías un 25-30 %.

Apoya los productos que comercializa en:

- Ofertas/Promociones
- Degustaciones
- Artículos promocionales
- Afiches

Entre sus principales clientes podemos mencionar:

- Principales cadenas de supermercados: CSU, Pricemart
- Restaurantes Clase A y B.
- Principales cadenas de hoteles internacionales
- Súper Compro: a nivel rural
- Tiendas de conveniencias: AM/PM

Se encuentra interesado en ofrecer a sus clientes nuevos productos de calidad, mostrado gran interés por productos de aseo personal y de hogar, harinas, premezclas (hot cakes) entre otros, tanto productos perecederos como no perecederos.

Actualmente los productos salvadoreños le participan en el 10 % de sus ventas totales. Entre las empresas comerciales salvadoreñas que actualmente comercializa mencionó:

- Calvo con sus productos enlatados
- Molsa con harinas
- Maya Tec con pastes para higiene personal

Mencionó que el tiempo estimado para que salgan las licencias de libre venta en su país ronda alrededor de los 15 días y su costo es alrededor de \$150 por productos, comprometiéndose a apoyar en la logística del registro de productos alimenticios.

Estaría muy interesado en la comercialización de sus productos en nuestros mercados, entre los productos de interés mencionó: Galletas y papel higiénico.

## MAYCA Distribuidores

<b>SECTOR:</b>	Venta, comercialización y distribución de Alimentos y productos alimenticios en autoservicios
<b>DIRECCIÓN:</b>	Zona franca Metropolitana Barreal de Heredia, Apartado Postal 120-3006 ZMF, San José, Costa Rica
<b>TELEFONOS:</b>	(506) 209-0505
<b>FAX:</b>	(506) 293-2326
<b>WEB:</b>	N/A
<b>PERSONA ENTREVISTADA:</b>	Carolina Ferraro.
<b>CARGO:</b>	Gerente de Mercadeo
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:cferraro@mayca.com">cferraro@mayca.com</a>

MAYCA es uno de los principales y más grandes importadores / distribuidor de productos alimenticios en Costa Rica especializándose en el sector institucional.

Dicha empresa fue fundada en 1995, actualmente el Gerente General es el Lic. José Maroto y su correo electrónico es [jmaroto@mayca.com](mailto:jmaroto@mayca.com). Sus colaboradores totales rondan alrededor de 120 empleados.

Poseen un centro de distribución moderno en el cual toda su mercadería está colocada en estanterías que son manejadas con un montacargas. En esta poseen 3700 metros cuadrados para producto seco además de 1800 para producto congelado. Cuenta con una flotilla de vehículos propios de 19 camiones.

Empresa especializada en la atención de hoteles, restaurantes, panaderías, pastelerías, comedores institucionales y otros siendo los líderes en su rama. El departamento de comercialización lo dirige la Lic. Ferraro, quien maneja como fuerza de ventas a 30 colaboradores, quienes atienden a nivel nacional.

Importa, comercializa y distribuye tanto producto seco como refrigerado-congelado, posee 300 ítems en su cartera de venta. Entre sus principales marcas podemos mencionar: Helados Rich's, DIPSA, Lambweston, Termoformados, Grupo Tío Pelón entre otros.

Comercializa en los segmentos de venta siguientes:

- Hoteles y restaurantes
- Tiendas de conveniencia
- panaderías
- pastelerías
- Comedores institucionales

Entre los países que importan podemos mencionar:

- Estados Unidos
- El Salvador
- Honduras
- México
- Canadá
- Chile

Sus proveedores le otorgan 30 días de crédito, el promedio de su cartera de crédito ronda alrededor de los 30 días. Maneja tanto cartas de crédito como garantías crediticias además de la oportunidad que las primeras negociaciones se hagan al contado, se le agrega un 13% de IVA a los productos que distribuye.

Su margen de distribución rondaría alrededor del 25% para productos secos y alrededor de un 30 % para producto refrigerado- congelado,.

Apoya los productos que comercializa en:

- Ofertas/Promociones
- Degustaciones
- Participación en ferias

Entre sus principales clientes podemos mencionar:

- Principales cadenas de hoteles internacionales Sol Melía, Marriott, intercontinental
- Restaurantes internacionales Clase A y B.
- Cadenas de comidas rápidas
- Tiendas de conveniencias: AM/PM

Se encuentra interesado en ofrecer a sus clientes nuevos productos de calidad, mostrado gran interés por productos desechables como cucharas, tenedores, escobas, artículos de limpieza en general.

Actualmente los productos salvadoreños le participan en el 5 % de sus ventas totales. Entre las empresas comerciales salvadoreñas que actualmente comercializa mencionó:

- DIPSA con productos desechables
- Termoformados
- CODIPA con pajillas

Entre los productos de mayor venta actualmente mencionó:

- Papas congeladas
- Productos desechables
- Productos de limpieza
- Productos enlatados: verduras y frutas

## Horti-fruti

<b>SECTOR:</b>	Producción, comercialización y distribución de Alimentos para CSU
<b>DIRECCIÓN:</b>	La Galera de Curridabat 200 mts. al nortePlanta #2, Frente a Escuela John Dewey , Apartado Postal 770-2300, Cipreses de Curridabat, San José, Costa Rica
<b>TELEFONOS:</b>	(506)272-1058
<b>FAX:</b>	(506) 272-5594
<b>WEB:</b>	N/A
<b>PERSONA ENTREVISTADA:</b>	Marco A. Venegas.
<b>CARGO:</b>	Gerente Central América Sourcing
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:marco.venegas@cca.co.cr">marco.venegas@cca.co.cr</a>

Horti-fruti es parte de la Corporación de Compañías Agroindustriales que a su vez forman parte de la corporación CARHCO, grupo que maneja el sector de supermercados a nivel Centroamericano. Es una corporación formada por Supermercados Paiz y Corporación de Supermercados Unidos (CSU).

La finalidad de Horti-fruti es manejar todos los productos perecederos que se comercializan en su cadena y que son de fácil adquisición en Costa Rica y Nicaragua, además de intercambiarse productos de Guatemala, El Salvador y Honduras; todo esto con su contraparte de Paiz.

Dicha empresa fue fundada en 1971, actualmente el Gerente General es el Lic. Rodrigo Sánchez Gutiérrez. Su e-mail es: [rodrigo.sanchez@cca.co.cr](mailto:rodrigo.sanchez@cca.co.cr), sus colaboradores totales rondan alrededor de 235 empleados. Abastecen a las cadenas de supermercados: Hiper Más, Maxi-bodegas, Más por Menos y Palí en Costa Rica.

Poseen un centro de distribución muy se procesa las marcas con las que se comercializa dichos productos, en esta poseen 2390 mts. Cuadrados para producto seco además de 380 mts. cuadrados para producto congelado y 120 mts. Cuadrados para cuartos de maduración. Cuenta con una flotilla de vehículos propios de 41 camiones.

Empresa especializada en el abastecimiento a sus propios puntos de venta y abastecimiento para los demás países de C.A. El departamento de ventas lo dirige la Señorita Viviana Echeverría, quien maneja como fuerza de ventas a 12 colaboradores, además de 6 de servicio al cliente. Además es abastecedor de las principales cadenas de hoteles, restaurantes e instituciones.

Comercializa producto perecedero tanto seco como refrigerado y congelado. Posee 350 ítems en su cartera de venta. Maneja marcas propias siendo su principal HORTI-FRUTI

Comercializa en los segmentos de venta siguientes:

- Supermercados
- Hoteles y restaurantes
- Comedores institucionales

Entre los países que importan podemos mencionar:

- Estados Unidos
- El Salvador
- Honduras
- Nicaragua
- Chile

Sus proveedores le otorgan entre 30 a 60 días de crédito, el promedio de su cartera de crédito ronda alrededor de los 30 días. Las frutas y verduras nacionales son exentas y las importadas pagan un 13 % de IVA

Su margen de distribución rondaría alrededor del 20-25% para productos perecederos y los supermercados marginan a alrededor de 25-30% para sus productos.

Apoya los productos que comercializa en:

- Ofertas/Promociones
- Degustaciones
- Radio
- Televisión

Entre sus principales clientes podemos mencionar:

- CSU
- Cadenas de comidas rápidas
- Hospital Calderón Guardia
- Cadenas de hoteles internacionales

Se encuentra interesado en ofrecer a sus clientes nuevos productos de calidad, mostrado gran interés por productos perecederos tanto secos, refrigerados como congelados entre los que mencionó frutas, verduras y granos.

Estaría interesado en comercializar productos de empresas con estructura administrativa de exportaciones, además de que cumplan con los estándares de calidad en el manejo de productos perecederos para la comercialización a nivel centroamericano.

## BELCA S.A.

<b>SECTOR:</b>	Venta, comercialización y distribución de Alimentos y productos alimenticios
<b>DIRECCIÓN:</b>	La ribera de Belén, Heredia, Apartado Postal 54-3006, San José, Costa Rica
<b>TELEFONOS:</b>	(506) 293-4075
<b>FAX:</b>	(506) 239-0147
<b>WEB:</b>	N/A
<b>PERSONA ENTREVISTADA:</b>	Efraín Arroyo Herrera.
<b>CARGO:</b>	Presidente
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:earroyo@belca.co.cr">earroyo@belca.co.cr</a>

BELCA es parte de un consorcio de empresas agroindustriales llamadas GII S.A. Es uno de los principales y más grandes importadores / distribuidor de productos alimenticios refrigerados- congelados en Costa Rica

La corporación fue fundada en el año 1976 y BELCA como tal en el año 1993, actualmente el Gerente General es don Efraín Arroyo que es el representante de los accionistas en las diferentes empresas del consorcio. Sus colaboradores totales como corporación rondan alrededor de 900 empleados.

Poseen un matadero propio que es el procesador de las carne de una de las empresas afiliadas, su área de bodegaje para producto seco es de alrededor de 2400 mts. Cuadrados y para congelado alrededor de 500 mts. Cuadrados de almacenaje y 2500 mts. Cuadrados de la parte industrial. Cuenta con una flotilla de vehículos propios de 63 camiones para reparto.

Empresa especializada en la atención de supermercados, hoteles, restaurantes, comedores institucionales y otros siendo los lideres en la rama de congelados.

El departamento de comercialización lo dirige el Lic. Humberto Alvarado quien maneja como fuerza de ventas a 60 colaboradores, quienes actualmente tienen cobertura a nivel nacional.

Produce, importa, comercializa y distribuye tanto producto seco como refrigerado-congelado, posee 1800 ítems en su cartera de venta. Entre sus principales marcas podemos mencionar:  
Kimberly Clark, Dos Pinos, Hellman's, El Arreo (marca propia para productos cárnicos)

Comercializa en los segmentos de venta siguientes:

- Supermercados
- Hoteles y restaurantes
- Tiendas de conveniencia
- Mini súper
- Comedores institucionales

Entre los países que importan podemos mencionar:

- Estados Unidos
- El Salvador
- Nueva Zelanda
- Italia
- Chile
- China
- Tailandia

Sus proveedores le otorgan 30 días de crédito, el promedio de su cartera de crédito ronda alrededor de los 45 días. Maneja con todos sus proveedores crédito directo con la posibilidad de la primera compra al contado, a los productos que comercializa se le agrega el 13 % del IVA.

Su margen de distribución rondaría alrededor del 30% para productos secos y alrededor de un 35-40 % para producto refrigerado- congelado.

Sus canales de venta final marginan los siguientes márgenes:

Supermercados le aplican un 25% al producto seco así como 25% a losa congelados, las tiendas de conveniencia un 25 % al seco y un 30% al congelado, las pulperías un 30 % y los mini-súper un 30%.

Apoya los productos que comercializa en:

- Ofertas/Promociones
- Degustaciones
- Boletines informativos

Entre sus principales clientes podemos mencionar:

- CSU, automercados
- Principales cadenas de hoteles internacionales Sol Melía, Marriott, Intercontinental, Four Seasons
- Restaurantes internacionales Clase A y B.
- Ruteo a pulperías

Entre los productos que tienen mayor rotación en sus ventas nos mencionó: Papas congeladas, productos de higiene personal, Carnes tanto frescas como congeladas, granos y aceites. Se encuentra interesado en ofrecer a sus clientes nuevos productos de calidad, teniendo poco conocimiento de los productos salvadoreños.

Actualmente los productos salvadoreños le participan en el 2 % de sus ventas totales. Entre las empresas comerciales salvadoreñas que actualmente comercializa mencionó a Termoformados.

Mencionó que las empresas que se dedican a la industria cárnica necesitan la inspección de las autoridades de salud de Costa Rica para iniciar la comercialización de productos.

Está muy interesado en formar una alianza comercial con una empresa afín a la suya para que le comercialice: Productos Cárnicos (bistec, tortas de hamburguesas, tacos, burritos, empanadas tanto de camarón como de pescado).

## Mercantil de Alimentos

<b>SECTOR:</b>	Venta, comercialización y distribución de Alimentos y productos alimenticios
<b>DIRECCIÓN:</b>	Apartado Postal 679-2050, San Pedro Montes de Oca, San José, Costa Rica
<b>TELEFONOS:</b>	(506) 221-8844 2220563
<b>FAX:</b>	(506) 2223693
<b>WEB:</b>	N/A
<b>PERSONA ENTREVISTADA:</b>	Freddy Ureña
<b>CARGO:</b>	Gerente General
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:furena@mercantilcr.com">furena@mercantilcr.com</a>

Mercantil de alimentos es una empresa que se dedica a la distribución de productos alimenticios no perecederos secos. Sus principales marcas las importa directamente y con multinacionales hace la labor de reventa.

La empresa fue fundada en la década de los noventa, y ahora sus colaboradores totales rondan alrededor de 65 empleados.

Poseen un área de bodegaje para producto seco es de alrededor de 2000 mts. Cuadrados. Cuenta con una flotilla de vehículos propios de 2 camiones para reparto propios y se apoya en 8 vehículos de la empresa DHL para el despacho al interior del país.

Empresa especializada en la comercialización de productos alimenticios.

El departamento de comercialización maneja como fuerza de ventas directa a 12 colaboradores, quienes actualmente tienen cobertura a nivel nacional.

Importa, comercializa y distribuye tanto producto perecedero seco, posee 280 ítems en su cartera de venta. Entre sus principales marcas podemos mencionar: Richy's, St. Yves, Cytree Shine, Señor Café.

Comercializa en los segmentos de venta siguientes:

- Supermercados
- Tiendas de conveniencia
- Mayoristas
- Sector industrial (sorbeteras, panaderías)

Entre los países que importan podemos mencionar:

- Estados Unidos
- Irlanda
- Singapur
- Argentina
- China
- Tailandia

Sus proveedores le otorgan más de 60 días de crédito, el promedio de su cartera de crédito ronda alrededor de los 45 días. Maneja con todos sus proveedores crédito directo con la posibilidad de la primera compra al contado, a los productos que comercializa se le agrega el 13 % del IVA, además dado los productos que maneja, algunos se les recarga el 14% ad valorem. Su margen de distribución rondaría alrededor del 30% para productos secos.

Sus canales de venta finales marginan los siguientes márgenes:

- Supermercados le aplican un 25%
- Tiendas de conveniencia un 25 %
- Mayoristas 10%
- Pulperías 20%

Apoya los productos que comercializa en:

- Radio
- TV
- Ofertas/Promociones
- Degustaciones
- Promociones 3x2

Entre sus principales clientes podemos mencionar:

- CSU, Automercados, Pricesmart, Mega Súper y Perimercados
- Cadena Detallista de San José

Entre los productos que tienen mayor rotación en sus ventas nos mencionó: Maíz dulce, vegetales, hongos, atún, leche en polvo, crema para café, todos enlatados. Se encuentra interesado en garbanzos, petit pois y vegetales mixtos enlatados.

Hasta el momento no tiene experiencia con productos salvadoreños, pero si se encuentra interesado en ampliar su cartera de venta.

Recomendó en los productos de interés que vengan en presentaciones de doipack (bolsa plástica dura) y productos enlatados en conservas que no sean vidrios para su más fácil manejo.

Entre los requisitos que mencionó para la distribución de productos alimenticios que tuvieran su registro sanitario para la comercialización y además tener la marca registrada.

Está muy interesado en formar una alianza comercial con una empresa a fin a la suya para que le comercialicen leche en polvo y café, las cuales les maquilan y comercializaran con sus marcas.

## Corporación de Supermercados Unidos (CSU).

<b>SECTOR:</b>	Supermercados
<b>DIRECCIÓN:</b>	Del hotel Holiday Inn, 75 metros este, Apartado Postal 56-1000, San José, Costa Rica
<b>TELEFONOS:</b>	(506)296-6070/210-8438
<b>FAX:</b>	(506) 232-0300
<b>WEB:</b>	<a href="http://www.csu.co.cr">www.csu.co.cr</a>
<b>PERSONA ENTREVISTADA:</b>	Karla López Moreno
<b>CARGO:</b>	Coordinadora de asuntos corporativos
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:klopez@csu.co.cr">klopez@csu.co.cr</a>

CSU es junto a la empresa guatemalteca Paiz son parte de la corporación CARHCO cuyos puntos de venta son los líderes en los diferentes países de Centroamérica donde comercializan, siendo ellos: Guatemala, Honduras, El Salvador, Nicaragua y Costa Rica. Poseen 132 puntos de venta en Costa Rica para los diferentes sectores de la sociedad costarricense.

Entre las diferentes cadenas de comercialización están:

- Hiper Mercado
- Maxi bodegas
- Supermercados Mas por Menos
- Palí

Actualmente el Gerente General es don Rodolfo Arguedas

Poseen área de bodegaje en cada uno de los puntos de venta la cual ronda alrededor de los 500 metros cuadrados para productos secos, además de contar con centros de distribución centralizada de productos como perecederos (frutas, verduras y carnes) y abarrotes. Comercializa aproximadamente 50000 ítems en sus diferentes categorías. Tiene clasificada sus diferentes departamentos así como sus encargados de compras

Sus proveedores le otorgan desde 15 días a la categoría de perecederos como 120 días para abarrotes y juguetería.

Sus márgenes son los siguientes:

- Producto perecedero seco entre un 15-20 %
- Producto perecedero refrigerado- congelado entre un 25-35 %
- Productos alimenticios secos entre un 10-20 %
- Carnes entre un 10-15 %

Apoya los productos que comercializa en:

- Televisión
- Prensa
- Ofertas/Promociones
- Degustaciones
- Cuaderno de ofertas semanales
- Hojas volantes en los principales periódicos

Entre los productos que tienen mayor rotación en sus ventas nos mencionó los productos de la canasta básica, de higiene tanto personal como para el hogar, granos, carnes de res y pollo principalmente entre otras líneas.

Siempre en la dinámica de ofrecer en su corporación los mejores productos y precios realizan anualmente en los diferentes países de Centroamérica una feria de proveedores del área centroamericana, el objetivo principal es que los diferentes compradores de cada categoría puedan observar y negociar con proveedores que no sean de sus países pero que le vean potencial en sus diferentes mercados.

Recomienda que la presentación de los productos especialmente alimenticios cumplan los diferentes requisitos sanitarios de importación, así como suficiente vida de anaquel y así evitar devoluciones por producto dañado o vencido.

Entre los países que importan podemos mencionar:

- Estados Unidos
- El Salvador
- Nueva Zelanda
- Italia
- Chile
- China
- Tailandia

## **Costafrozen S.A.**

<b>SECTOR:</b>	Venta, comercialización y distribución de Alimentos y productos alimenticios
<b>DIRECCIÓN:</b>	Zona franca Metropolitana, Barreal de Heredia, Bodega 4AB, Apartado Postal 174-3006, Heredia, Costa Rica
<b>TELEFONOS:</b>	(506) 239-4949
<b>FAX:</b>	(506) 239-4917
<b>WEB:</b>	N/A
<b>PERSONA ENTREVISTADA:</b>	Danilo Ramírez.
<b>CARGO:</b>	Gerente de comercialización
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:ventas@costafrozen.com">ventas@costafrozen.com</a>

Costafrozen S.A. es una de las empresas pioneras en el campo de producción y distribución de productos alimenticios congelados en Costa Rica. Fue la anterior propietaria de la fabrica de snack FRITO-LAY de Colombia, la cual hace un par de años vendieron y se fundó la empresa Costafrozen.

Es una empresa a la vanguardia de los procesos de producción congelada utilizando el método de IQF (Congelación rápida individual) y como planta está autorizada a la exportación de productos congelados hacia el mercado de EE.UU.

Dicha empresa fue fundada en el año 2002, actualmente el Gerente General es el Lic. Milton Ascencio Murcia, quien a su vez es el propietario de la empresa, sus colaboradores totales rondan alrededor de 42 empleados.

Actualmente y dada la presentación de sus productos que son dirigidos para el segmento alto y medio su cobertura solamente abarca la Gran Zona Metropolitana, tiene como área de almacenaje 1500 metros cuadrados para productos congelados. Cuenta con una flotilla de vehículos propios de 3 camiones con termo king para manejar a la perfección su cadena de frío.

El departamento de comercialización es manejado por el Sr. Danilo Ramírez quien maneja como fuerza de ventas a 8 colaboradores.

Produce, comercializa y distribuye producto congelado, posee 7 ítems en su cartera de venta. Entre sus principales productos que comercializa mencionó: Yuquitas con queso, yuquitas con carne, yuquitas con queso y jalapeño, croquetas de yuca, platanitos maduros con queso, papa criolla, papas a la francesa.

Comercializa en los segmentos de venta siguientes:

- Supermercados
- Hoteles y restaurantes
- Mayoristas
- Pulperías

Sus proveedores le proveen entre 60 días de crédito, el promedio de su cartera de crédito ronda alrededor de los 45 días. Podría manejar cartas de crédito como garantías crediticias, se le agrega un 13% de IVA a los productos que distribuye.

Su margen de distribución rondaría alrededor del 25-30% para que le sea atractiva la comercialización de productos congelados. Entre los márgenes que le aplican sus canales de venta finales podemos mencionar (sobre venta): Supermercados entre un 25-30%, Hoteles y restaurantes un 100 % , Mayoristas entre un 15 y Pulperías un 20%.

Apoya los productos que comercializa en:

- Ofertas/Promociones
- Degustaciones
- Revista especializada en promociones
- Afiches y recetarios de manejo

Entre sus principales clientes podemos mencionar:

- Principales cadenas de supermercados: CSU, Pricesmart, Auto Mercados
- Restaurantes Clase A y B.
- Principales cadenas de hoteles internacionales

Entre los criterios para discontinuar un producto importado están: Bajas ventas, mala presentación, mal empaque, no darle apoyo al producto por parte del dueño de la marca para posicionar el mismo.

Se encuentra interesado en ofrecer a sus clientes nuevos productos para ampliar su oferta de productos congelados. Mencionó que el empaque es sumamente importante de tener en consideración, excelente presentación, pesos estandarizados en el empaque.

Entre los productos de difícil obtención tenemos: plátanos y yuca sin cáscara, lavada y no oxidada. Actualmente solo distribuye sus productos y no importa productos de ningún país pero si está interesado en ampliar su carpeta de ventas.

De los requisitos legales para la distribución de productos alimenticios tenemos:

- Permisos de salud para su libre venta
- Permisos de importación

Comentó además que como empresa podrían apoyar en las labores de registros de marca que se realizarían en su país.

Estaría muy interesado en la comercialización de sus productos en nuestros mercados, con la línea completa que actualmente produce y al mismo tiempo distribuirle sus productos a la contraparte centroamericana.

## Costa Rican Food Group

<b>SECTOR:</b>	Venta, comercialización y distribución de alimentos y productos alimenticios
<b>DIRECCIÓN:</b>	Apartado, Barreal de Heredia, Costa Rica
<b>TELEFONOS:</b>	(506) 239-0378
<b>FAX:</b>	N/A
<b>WEB:</b>	<a href="http://www.costaricanfood.net">www.costaricanfood.net</a>
<b>PERSONA ENTREVISTADA:</b>	Alfonso Romero
<b>CARGO:</b>	Gerente General
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:gerencia@costaricanfood.net">gerencia@costaricanfood.net</a>

La asociación Costa Rican Food Group está conformada actualmente por 11 empresas del sector agroalimentario con una oferta variada de productos de calidad para el mercado nacional e internacional. **Empresas de Condimentos y Especias, Té, Café, Snacks, Dulces, Jaleas y Mermeladas, Salsas y Conservas o Fruta Fresca**, conforman su portafolio empresarial que se especializa en el desarrollo de productos para el mercado institucional y de retail, incluyendo el desarrollo de marcas privadas.

El consorcio empresarial Costa Rican Food Group tienen como principal tarea fortalecer el desarrollo empresarial de sus empresas afiliadas, de manera que se garantice a sus clientes internacionales productos y servicios de altísima calidad y utilidad. Tenemos presentes valores para la dirección de nuestro trabajo como: innovación, compromiso ético, protección ambiental, lealtad, cooperación, calidad, servicio eficiente.

Este consorcio empresarial cuenta con el apoyo de PROCOMER, oficina gubernamental encargada de la promoción de productos Costarricenses; la cual financia el 50% de los costos administrativos de dicho consorcio, siendo el otro 50% aportado por el grupo de empresas. Costa Rican Food Group cuenta con oficina y gerente de comercialización que trata asuntos del grupo internacionalmente.

Las empresas que conforman este grupo son:

**MONDAISA** es el nombre de la marca líder en Té de hierbas desarrollado por la empresa costarricense Montaña del Arco Iris, S.A.

**Los Patitos** producen achiote, condimentos y especias de primera calidad, para el consumidor final y la industria alimenticia.

**Industrias Mafán** producen bocadillos de maíz, queso, ajonjolí y galletas de coco, galletas gourmet, integrales con avena, macadamia y pasas y galletas light y galletas fortificadas. Además una línea de Snacks "Gluten Free".

La empresa **Pituca Snacks, S.A.** es productora de las marcas Pituca y griega, productos categorizados como galletas y bocadillos.

La empresa **Algo del Tejar S.A.**, conocida popularmente en Costa Rica como Salsas Alfaro, es productora de las marcas ALFARO y Doña María.

**Industrias Balila** produce pastas tipo gourmet seca y congelada.

**Sierra Madre**, compañía tostadora de café. Montaña es la marca líder de la empresa, productora de café puro, de grano proveniente de las mejores zonas cafetaleras de Costa Rica.

**Industrias Alserro**, productoras de condimentos, especias y aditivos con su marca ALSERRO, siendo también una empresa desarrolladora de marca privada.

La empresa **Turrone de Costa Rica** es productora de las marcas Doré y El Pedernal productos categorizados como dulces.

La empresa **Alimentos Don Mariano** es productora de las marcas Chispitas, Krispiz y Papuchas, productos categorizados como fritos, snacks y cereales.

La empresa **Productos Ujarrás S.A.** es productora de la marca UJARRAS productos categorizados como jaleas y pasta de frutas.

## **6.5. Conclusiones y recomendaciones:**

Costa Rica, así como en los demás países centroamericanos, mostró una gran recepción a potenciales importaciones de productos salvadoreños. La asociación de entidades para la distribución de productos alimenticios es una práctica bastante común.

Es de suma importancia tomar en cuenta que Costa Rica, si bien es cierto forma parte de la Unión Centroamericana, no ha ratificado los diferentes convenios en materia alimenticia, llámese éstos equivalencias a los registros sanitarios, certificaciones sanitarias emitidas por los diferentes países de la Unión Centroamericana, y otros. La no ratificación de estos convenios implica mayores costos para el registro de libre venta para productos alimenticios.

La Corporación CARHCO es líder en el sector de supermercados, por medio de Corporación de Supermercados Unidos (CSU), la cual posee diferentes establecimientos dirigidos a los diferentes sectores económicos. CSU está conformado por Hipermercados, Maxibodegas, Más por Menos y Palí. Dicha corporación está compuesta por una serie de empresas que abastecen productos perecederos (frutas y verduras, productos cárnicos, y otros) a las diferentes cadenas de supermercados afiliadas en los países centroamericanos donde tienen presencia. Estas empresas poseen una dinámica de abastecimiento e intercambio de productos para suplir la demanda de las cadenas afiliadas en toda la región.

Los grupos más importantes son: Corporación de Supermercados Unidos (CSU), el grupo MEGASUPER (CCM), algunas cooperativas (Supercompro, CoopeCompro, CECOOP), el grupo Periféricos, Perimercados, Automercados y Pricemart; siendo CSU la empresa líder en este sector. En el interior del país los principales puntos de venta son Minisúperes que no están afiliados a ninguna cadena, y que no guardan relación entre sí.

Cabe hacer mención que Costa Rica ha tenido un crecimiento arriba del 10% anual en lo que afluencia turística refiere, aumentando el potencial de consumo especialmente para productos alimenticios.

Las empresas distribuidoras que mostraron más interés en comercializar productos salvadoreños fueron: Costa Rican Food Group, Cadena de Detallistas, MERCASA (Mercadeo de Artículos de Consumo S.A.), BELCA, Mercantil de Alimentos y Costafrozen S.A.

## **6.6. Contactos de interés:**

- [Cámara Costarricense de Exportadores](#)
- [Cámara de Comercio Exterior y Representantes de Casas Extranjeras \(CRECEX\)](#)
- [www.procomer.com](http://www.procomer.com)
- Cámara Costarricense de la Industria Alimentaria, CACIA: [www.cacia.org](http://www.cacia.org)
- Cámara Americana de Comercio de Costa Rica, AMCHAM: [www.amcham.co.cr](http://www.amcham.co.cr)
- Cámara de Comercio de Costa Rica: [www.camara-comercio.com](http://www.camara-comercio.com)
- Cámara de Industria de Costa Rica: [www.cicr.com](http://www.cicr.com)
- Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica, PROCOMER: [www.procomer.com](http://www.procomer.com) / [www.marketplaceCostaRica.com](http://www.marketplaceCostaRica.com)
- Unión Costarricense de Cámaras y Asociaciones de la Empresa Privada, UCCAEP: [www.uccaep.or.cr](http://www.uccaep.or.cr)
- Banco Central de Costa Rica: [www.bccr.fi.cr](http://www.bccr.fi.cr)
- Ministerio de Economía, Industria y Comercio: [www.meic.go.cr](http://www.meic.go.cr)
- Ministerio de Hacienda: [www.hacienda.go.cr](http://www.hacienda.go.cr)
- Ministerio de Salud de Costa Rica: [www.ministeriodesalud.go.cr](http://www.ministeriodesalud.go.cr)
- Ministerio de Agricultura de Costa Rica: [www.mag.go.cr](http://www.mag.go.cr)

## 6.7. Anexos:

- Directorio Comercial 2005, Cámara de Comercio de Costa Rica
- Directorio Empresarial, Cámara de Industria de Costa Rica
- Directorio de Exportadores e Importadores 2005, PROCOMER (Promoción Comercial en el Exterior) Impreso
- Directorio de Exportadores e Importadores 2005, PROCOMER (Promoción Comercial en el Exterior) CD
- Directorio de Miembros y Guía de Negocios 2005, AMCHAM (Cámara Americana de Comercio)
- Manual de Trámites de Importación 2003, PROCOMER (Promoción Comercial en el Exterior)
- Revista El Detallista Junio 2005, Cámara de Comerciantes Detallistas y Afines
- Revista La Industria Marzo-Abril 2005, Cámara de Industria de Costa Rica